

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**  
**SEDE QUITO**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:**  
**LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y PLAN DE MEDIOS PARA LA**  
**CONGREGACIÓN BETESDA CENTRAL**

**AUTORA:**  
**CARLA YESSSENIA VERA PUEDMAG**

**DIRECTORA:**  
**PATRICIA SOFÍA VILLAGÓMEZ RODRÍGUEZ**

**Quito, octubre del 2014**

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaro que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Quito, octubre del 2014

Carla Yessenia Vera Puebmag  
1719114397

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de titulación se la dedico a Dios por brindarme la fortaleza y sabiduría en mi crecimiento espiritual. A mis padres y hermanos por su confianza, apoyo y amor. Gracias por ayudarme a cumplir mis objetivos como persona y estudiante. A mi madre por brindarme los recursos necesarios, estar a mi lado apoyándome, aconsejándome siempre y por hacer de mi una mejor persona a través de sus enseñanzas y amor.

## **AGRADECIMIENTOS**

Debo agradecer a la Universidad Politécnica Salesiana que me ha brindando las facilidades adecuada para llevar a cabo el trabajo de titulación, a mis profesores quienes me han forjado como una profesional en esta etapa universitaria, tanto dentro como fuera de las aulas de clase.

Un agradecimiento especial a mi tutora Magíster Patricia Villagómez por su guía académica oportuna durante el proceso de elaboración de esta trabajo.

## ÍNDICE

### CAPÍTULO 1

<b>DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN DE BETESDA CENTRAL</b> .....	1
1. Introducción.....	1
1.2. Objetivo general.....	2
1.3. Objetivo específico.....	2
1.4. Justificación.....	3
2.Diagnóstico de Comunicación de Betesda Central.....	5
2.1. Introducción.....	5
2.2. Antecedentes comunicacionales.....	10
2.3. Definición del problema.....	18
2.4. Metas.....	19
2.5. Herramientas y técnicas del diagnóstico participativo.....	20
2.5.1. Imagen a futuro.....	20
2.5.1.1. Objetivo.....	20
2.5.1.2. Procedimiento.....	20
2.5.1.3. Aplicación práctica (Recolección de la información).....	21
2.5.1.4. Construcción de la imagen a futuro.....	24
2.5.2. Entrevista participativa presencial.....	25
2.5.2.1. Objetivo.....	25
2.5.2.2. Procedimiento.....	25
2.5.2.3. Aplicación práctica.....	25
2.5.3. FODA OPRI.....	26
2.5.3.1. Objetivo.....	27
2.5.3.2. Procedimiento.....	27
2.5.3.3. Aplicación práctica.....	27
2.6. Mensaje de Betesda Central.....	29
2.6.1. Visión.....	29
2.6.2. Misión.....	30
2.7. Propuesta de trabajo.....	33
2.8. Análisis de las prácticas comunicativas.....	36
2.9. Localización física.....	36

## **CAPÍTULO 2**

<b>ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA BETESDA CENTRAL.....</b>	<b>39</b>
1. Introducción.....	39
1.1 Objetivo general.....	40
1.2. Objetivos específicos.....	40
2. Estrategias de Comunicación para Betesda Central.....	41
2.1. Introducción.....	41
2.2. Análisis de la situación.....	41
2.3. Fundamentación.....	42
2.4. Denominación de las estrategias.....	45
2.4.1. Estrategia número 1: Reunión Semanal del Departamento de Comunicaciones.....	45
2.4.2. Estrategia número 2: Talleres trimestrales de capacitación en temas de comunicación y producción .....	46
2.4.3. Estrategia número 3: Implementación de Políticas de Comunicación para el Departamento de Comunicaciones.....	47
2.5. Políticas de Comunicación para el Departamento de Comunicaciones de Betesda Central.....	48
2.5.1. Introducción.....	48
2.5.2. Marco de referencia.....	49
2.5.2.1. Interlocutores.....	49
2.5.2.2. Identidad organizacional.....	49
2.5.3. Alcance.....	49
2.5.4. Criterios de aplicación.....	49
2.5.4.1. Consistencia.....	49
2.5.4.2. Reconocimiento.....	49
2.5.4.3. Innovación.....	50
2.5.5. Objetivos.....	50
2.5.5.1. Objetivo general.....	50
2.5.5.2. Objetivos específicos.....	50
2.5.6. Comunicación interna.....	50
2.5.6.1.Comunicación descendente.....	50
2.5.6.2.Comunicación ascendente.....	50

2.5.6.3. Comunicación horizontal.....	51
2.5.7. Proceso de Comunicación para gestionar la comunicación interna del departamento de comunicaciones.....	51
2.5.8. Políticas de Comunicación del Departamento de Comunicaciones de Betesda Central.....	51
2.5.8.1. Canales de Comunicación en el Comité de Administración del Departamento de Comunicaciones.....	51
2.5.8.2. Departamento de Comunicaciones.....	52
2.6. Acciones vinculadas a las estrategias de comunicación.....	57
2.6.1. Acciones específicas.....	59
2.6.1.1. Objetivo general.....	59
2.6.1.2. Estrategia de objetivo general.....	60
2.6.1.3. Objetivo específico 1.....	61
2.6.1.4. Estrategia de objetivo específico 1.....	61
2.6.1.5. Objetivo específico 2.....	62
2.6.1.6. Estrategia de objetivo específico 2.....	62
2.6.1.7. Objetivo específico 3.....	62
2.6.1.8. Estrategia de objetivo específico 3.....	62
2.7. Plan Operativo.....	63
2.8. Cuadro síntesis de objetivos y actividades del proyecto.....	72
<b>CAPÍTULO 3</b>	
<b>PLAN DE MEDIOS DE BETESDA CENTRAL.....</b>	<b>75</b>
3.1. Introducción.....	75
3.2. Objetivo general.....	76
3.2.1. Objetivos específicos.....	76
3.3. Público objetivo.....	76
3.4. Mensaje.....	76
3.4.1. Visión.....	77
3.4.2. Misión.....	77
3.4.3. Principios.....	77
3.5. Acciones estratégicas a emplear en el plan de medios.....	77

3.6. Plan de Medios de Betesda Central.....	78
3.6.1. Centinela Producciones.....	79
3.6.1.1. Pre Producción.....	80
3.6.1.2. Producción.....	84
3.6.1.3. Post Producción.....	87
3.6.1.4. Boletín Dominical.....	89
3.6.1.5. Noti Betesda.....	94
3.6.2. Diseño Gráfico y Editorial.....	97
3.6.2.1. Proceso creativo.....	97
3.6.2.2. Diseño.....	99
3.6.2.3. Publicación.....	101
3.6.3. Sitio web.....	103
3.6.3.1. Producción tv.....	104
3.6.3.2. Multimedia web.....	115
3.6.3.3. Betesda televisión online (BTV) .....	117
3.6.3.4. Clips de programación BTV (espacio publicitario) .....	121
3.6.3.5. Betesda Quito Radio (BQR) .....	124
3.7. Estrategia de posicionamiento.....	134
3.7.1. Misión de Betesda Central.....	134
3.7.1.1. Escalera del éxito.....	134
3.7.2. Declinación de valores de la visión en Betesda Central.....	135
3.7.2.1. Visión.....	135
3.7.2.2. Elementos que fundamentan la visión.....	135
3.7.3. Principios y valores.....	137
3.7.3.1. Santidad.....	137
3.7.3.2. Sujeción.....	137
3.7.3.3. Compasión.....	137
3.7.3.4. Unidad.....	137
3.7.4. Estrategia de posicionamiento.....	137
3.7.4.1. ¿Qué queremos que la congregación y público en general tenga en su mente cuando piensen en Betesda Central?.....	138
3.7.4.2. Foco.....	138
3.7.4.3. Claim.....	138



3.7.5. Públicos de interés.....	138
3.7.6. Líneas de actuación.....	139
3.7.6.1. Divulgación del conocimiento basado en la educación del evangelio.....	139
3.7.7. Grupos relacionados.....	139
3.8. Comunicación.....	139
3.8.1. ¿Qué comunica Betesda Central? .....	139
3.8.2. ¿Quién comunica?.....	140
3.8.3. ¿Cómo comunica: códigos? .....	141
3.8.4. ¿Cómo comunica: mensaje? .....	141
3.9. Comunicación online.....	142
3.9.1. Orientaciones básicas.....	142
3.9.2. Elementos comunes a todas las iglesias.....	142
3.9.3. Distribución de contenidos.....	144
3.9.4. Redes sociales.....	147
3.9.4.1. Facebook.....	147
3.10. Evaluación.....	149
3.10.1. Instrumentos de evaluación.....	150
Conclusiones.....	151
Listas de referencias.....	153

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Recolección de la información de imagen a futuro .....	22
Tabla 2. Definición de la imagen organizacional de Betesda Central .....	64
Tabla 3. Implicación de escenarios de comunicación.....	66
Tabla 4. Visibilidad de sitio web.....	68
Tabla 5. Planificación de medios de comunicaciónn en Betesda Central.....	70
Tabla 6. Síntesis de objetivos y actividades del proyecto.....	72
Tabla 7. Pre producción de Centinela Producciones.....	80
Tabla 8. Producción de Centinela Producciones.....	84
Tabla 9. Post producción del boletín dominical.....	87
Tabla 10. Pre producción del boletín dominical.....	89
Tabla 11. Producción del boletín dominical.....	91
Tabla 12. Post producción del boletín dominical.....	93
Tabla 13. Pre producción del Noti Betesda.....	94
Tabla 14. Producción del Noti Betesda.....	95
Tabla 15. Post producción del Noti Betesda.....	96
Tabla 16. Proceso creativo del diseño gráfico.....	98
Tabla 17. Proceso del diseño gráfico.....	99
Tabla 18. Publicación del diseño gráfico.....	101
Tabla 19. Pre producción del sitio web.....	104
Tabla 20. Producción del sitio web.....	108
Tabla 21. Post producción del sitio web.....	112
Tabla 22. Publicación programas en multimedia.....	117
Tabla 23. Programación BTV.....	118
Tabla 24. Clips programación y espacio publicitario BTV.....	121
Tabla 25. Pre producción de BQR.....	124
Tabla 26. Producción de BQR.....	126
Tabla 27. Post producción de BQR.....	129
Tabla 28. Programación BQR.....	131
Tabla 29. Público de interés.....	138
Tabla 30. Canales de comunicación de Betesda Central.....	140

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ciclo de Proyecto.....	4
Figura 2 Organigrama de Betesda Central.....	9
Figura 3. Pestaña inicio.....	12
Figura 4. Pestaña nosotros.....	13
Figura 5.Pestaña multimedia web.....	14
Figura 6. Pestaña multimedia web/ programas.....	14
Figura 7. Pestaña BQR.....	15
Figura 8. Link sintoniza BQR.....	16
Figura 9. Pestaña BTV.....	17
Figura 10. Link sintoniza BTV.....	17
Figura 11. Foda Opri de Betesda Central.....	28
Figura 12. Gráfico de valores de la Misión.....	31
Figura 13. Localización en el mapa de Betesda Central.....	37
Figura 14. Flujo de las estrategias de comunicación de Betesda Central.....	58
Figura 15. Medios de comunicación en Betesda Central.....	79
Figura 16. Escalera del Éxito de Betesda.....	135
Figura 17. Pantone 2014 usado como tono predominante en el sitio web.....	143
Figura 18. Cabecera del sitio web.....	143
Figura 19. Pie del sitio web.....	144
Figura 20. Sistema de Capas sitio web.....	144
Figura 21. Formato de la capa 1.....	144
Figura 22. Formato de la capa 2.....	145
Figura 23. Módulo de contenido del sitio web.....	145
Figura 24. Módulo desplegado con animación.....	147
Figura 25. Perfil de Facebook Betesda Comunicaciones.....	148
Figura 26. Primer taller para dar a conocer la imagen a futuro.....	156
Figura 27. Segundo taller realización del FODA.....	166

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Taller participativo Imagen a Futuro.....	156
Anexo 2. Entrevista a la Administración del departamento de Comunicaciones.....	157
Anexo 3. Entrevista al área de Web Master.....	161
Anexo 4. Entrevista a Betesda Quito Radio.....	164
Anexo 5. Entrevista a Editorial y Diseño Gráfico.....	165
Anexo 6. Taller participativo Realización del FODA.....	166

## **RESUMEN**

Betesda Central es una organización Cristiana Evangélica perteneciente a la delegación Asambleas de Dios como institución de origen pentecostal. Betesda busca transmitir su visión y misión, por medio del uso de los recursos comunicacionales que poseen dentro del manejo del departamento de comunicaciones.

El presente trabajo de grado realiza un diagnóstico participativo por medio del uso de herramientas y técnicas claves para el desarrollo de estrategias de comunicación y plan de medios, buscando así generar una adecuada gestión de la comunicación dentro del departamento de comunicaciones de Betesda Central y que este beneficie al público objetivo de la organización.

En el primer capítulo se describe los antecedentes comunicacionales, los cuales son necesarios tener conocimiento para el desarrollo e implementación de técnicas oportunas para la obtención de información de los recursos comunicacionales disponibles y así facilitar la propuesta de trabajo.

El segundo capítulo es sustentando en una propuesta de proceso metodológico de diagnóstico dinámico y planificación propuesta por Washington Uranga en su texto "Prospectiva Estratégica desde la comunicación" permitiendo el planteamiento de estrategias y acciones específicas para el empleo de las mismas en Betesda Central.

En el tercer capítulo es la culminación del diseño del Plan de Medios en el que se permite emplear las estrategias y políticas de comunicación y a su vez es un producto al que se pueda remitir el departamento de comunicaciones de Betesda Central en la adecuada administración de los recursos disponibles y la gestión pertinente de la parrilla de programación del sitio web.

## **ABSTRACT**

Central Betesda is a Christian Evangelical organization belonging to the delegation God's Assembly as institution of origin pentecostal. Betesda looks trasmitir for his vision and mission, by means of the use of the communication resources that they possess inside the managing of the department of communications.

The present work of degree realizes a participative diagnosis by means of the use of tools and key technologies for the development of strategies of communication and plan of means, seeking to generate this way a suitable management of the communication inside the department of Betesda Central's communications and that this one benefits to the objective public of the organization.

In the first chapter there are described the communication precedents, which are necessary to have knowledge for the development and implementation of opportune technologies for the obtaining of information of the communication available and like that resources facilitate the offer of work

The second chapter is sustaining in an offer of methodological process of dynamic diagnosis and planning proposed by Washington Uranga in his text "Prospectiva Strategic from the communication " allowing the exposition of strategies and actions you specify for the employment of the same ones in Betesda Central.

In the third chapter it is the culmination of the design of the Plan of Means in the one that is allowed to him to use the strategies and policies of communication and in turn to be a product to which it could send the department of Betesda Central's communications in the suitable administration of the available resources and the pertinent management of the gridiron of programming of the web site.

## **CAPÍTULO 1**

### **DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN DE BETESDA CENTRAL**

#### **1. Introducción**

Las diversas prácticas de comunicación observadas en distintas organizaciones evangélicas a través del sistema de células y grupos encargados de la evangelización dejan ver la estructura del trabajo de las iglesias cristianas en el que el mensaje a transmitir se ha realizado de persona a persona.

La intención es poder gestionar un sistema de comunicación organizacional en Betesda Central donde todo lo que comunica pueda ser tratado en orden.

La comunicación es inseparable de la acción tal como lo menciona:

Porque la comunicación es inherente e inseparable de las prácticas sociales. Toda práctica social se constituye simbólicamente y se construye a través de una madeja de relaciones comunicacionales que pueden ser leídas, interpretadas y, por lo tanto, también generadas y gestionadas de una determinada manera y con un propósito específico.  
(Uranga, 2005, p. 2)

Es así que se logra evidenciar que la comunicación organizacional como tal es de gran importancia para facilitar toda gestión en el campo administrativo comunicacional en Betesda Central.

Basándose en la búsqueda de la buena gestión de la comunicación organizacional para la buena emisión del mensaje dentro de Betesda Central se observa un sistema jerárquico en los procedimientos comunicativos en cada área encargada de los medios disponibles.

La comunicación organizacional es una actividad propia de la organización que conlleva la puesta en común de una visión, misión, metas, objetivos, acciones, estrategias propias, de los miembros de Betesda Central.

Esto significa que todo lo que hace Betesda Central como organización evangélica y todo lo que quiere llegar a hacer dentro del campo de la comunicación se trasmite en el lenguaje, las acciones y todos los medios disponibles que son usados con un fin específico.

## **1.2. Objetivo general**

Elaborar estrategias de comunicación institucional y plan de medios para la Televisión online, Radio online y en la Editorial del Departamento de Comunicaciones de Betesda Central para fortalecer la gestión de la comunicación y los espacios de relacionamiento.

## **1.3. Objetivos específicos**

1. Reflexionar sobre la Comunicación Estratégica para establecer espacios de información y planificación de la Comunicación para la Congregación.
2. Realizar un análisis social que permita identificar las necesidades comunicacionales en función de la formación de una parrilla de programación.
3. Determinar Políticas de Comunicación para la Radio online, Televisión online y Editorial, como el lineamiento para la mediación entre sus miembros.
4. Diseñar el plan de medios en función de la comunicación estratégica como soporte del área editorial que evidencie las Políticas de Comunicación de la Congregación.



#### **1.4. Justificación**

Es necesario plantear la elaboración de un proceso de Ciclo de Proyecto que sea oportuno y ayude adecuadamente al desarrollo de las estrategias y plan de medios.

El primer paso del Ciclo es el Diagnóstico de Comunicación, en este se da a conocer el problema latente que debilita la gestión comunicacional en Betesda Central, para proceder a construir un diseño de proyecto según los resultados obtenidos de las metas, aspiraciones e imagen a futuro planteada por parte de los miembros del departamento de comunicaciones.

Al tomar como referencia la propuesta el diagnóstico dinámico y la planificación planteada por Washington Uranga en "El sentido de la prospectiva tal como la asumimos en esta propuesta es el de mirar lejos de manera compartida entre actores sociales que son corresponsables del futuro que se construye" (Uranga, 2011, p. 4).

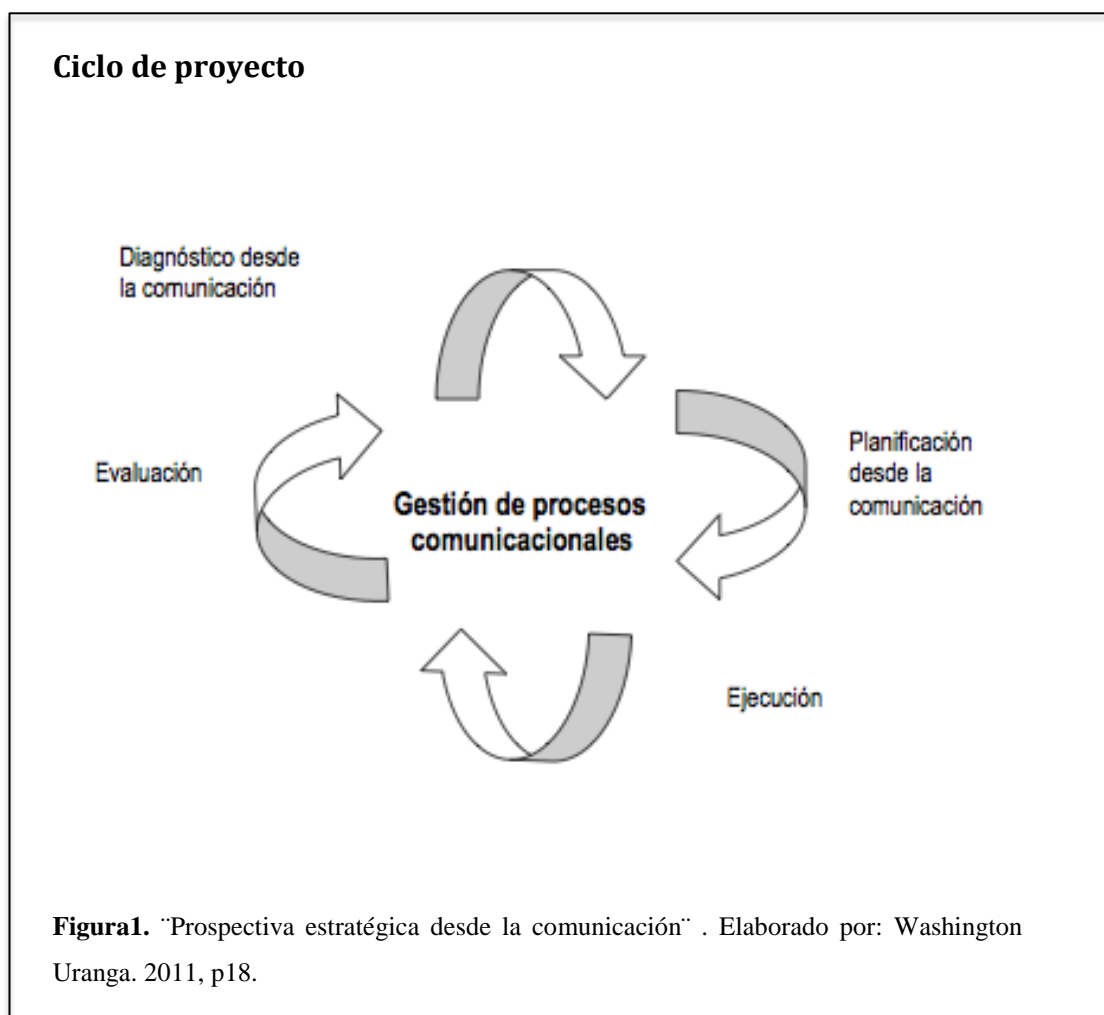
Ese mirar lejos promueve la construcción del diagnóstico en la elaboración de la imagen a futuro, del FODA y la acción de talleres participativos.

En la segunda fase de Diseño, se procede a la construcción de las estrategias de comunicación para su posterior puesta en marcha el proyecto, generando el diseño de las políticas de comunicación donde se permite elaborar las acciones de planificación que buscan conducirnos a ese futuro anhelado y planteado en la primera fase.

Como un proceso mediante el cual se introduce racionalidad y sistematicidad a las acciones y a la utilización de los recursos con la finalidad de orientarlas hacia un objetivo deseable y probable, puede partir tanto de una mirada que se apoya en la recopilación de lo hecho, de los antecedentes y de la enseñanza que de allí se deriva, como desde el futuro, construido como escenario soñado, como una imagen que le da direccionalidad a las acciones del presente. (Uranga, 2011, p. 7)

En la tercera fase de ejecución y evaluación se procede a la aplicación de lo diseñado en el plan de medios para Betesda Central en el que se llega al resultado de la ejecución de los objetivos esperados en cuanto a la gestión adecuada de la parrilla de programación.

La cuarta fase es la evaluación la cual da el resultado esperado de los objetivos planteados en la implementación del plan de medios dentro del departamento de comunicaciones de Betesda Central.



Los pasos que contiene el diagnóstico según las fases del ciclo de proyecto son guiados a la identificación del organigrama organizacional para conocer la estructura de trabajo de Betesda y así llegar a los antecedentes comunicacionales y poder plantear el problema comunicacional latente.

Por medio de dichos pasos se puede proceder con la implementación del diagnóstico participativo en la obtención de la imagen a futuro deseada por las diferentes áreas del departamento de comunicaciones, llegando a conocer el mensaje de la organización y facilitando así la construcción de la segunda fase del ciclo de proyecto.

## **2. Diagnóstico de Comunicación de Betesda Central**

### **2.1. Introducción**

Betsda Central es una organización evangélica, sin fines de lucro, que nace en 1985 con el fin de transmitir el evangelio, a través, de las herramientas comunicacionales disponibles a principios de su formación como comunidad religiosa, siendo estas principalmente boletines dominicales y anuncios grupales. Al ser una organización evangélica busca transmitir, su visión, misión y principios basados en un mensaje evangélico.

Se forma como una comunidad religiosa encabezada por un líder o administrador principal, determinando así una estructura jerarquizada en el que cada área posee un encargado en particular quien a su vez cumple la función de sostener dicha área y lograr la eficiencia del trabajo grupal en la misma.

Al estructurarse como una organización evangélica, Betesda Central comenzó su formación basándose en la creación de grupos de apoyo a la comunidad, brindando ayuda social por todos los medios que están a su alcance.

Al ser estructurada como una organización, se realizan reuniones semestrales de evaluación y planificación de todas las actividades del staff y área administrativa, llevando un adecuado orden.

Hasta el momento disponen de ocho grupos de apoyo:

1. Grupo Judá encargado de música de alabanza dominical, conformada por instrumentistas, cantares, multimedia, sonido y danza.
2. Grupo de Evangelismo quienes se ocupan a través de las artes escénicas de evangelizar en colegios, universidades, parques, etc.
3. Grupo de Información el cual brinda oportuno aviso personalizado de las actividades y eventos que realiza Betesda Central.
4. Grupo de Intercesión encargado de fomentar a los miembros de la congregación la importancia de las actividades de oración.
5. Grupo de Escuela de Capacitación Teológica ESCATEO se encarga de brindar clases grupales en materias teológicas.
6. Grupo Hacor realiza actividades de ayuda social con la comunidad dentro y fuera de la congregación brindando atención médica gratuita a niños y adultos, campañas médicas, entrega de medicina gratuita, asesoría legal, entrega de canastas de alimentos.
7. Grupo Centinela Producciones quienes se encargan de la grabación y edición de actividades, reuniones de estudio del evangelio, cultos dominicales, publicidades de eventos a realizarse en Betesda Central, producción de programas para el sitio web.
8. Grupo de Anfitriones quienes cumplen con dar la bienvenida, cuidar el espacio físico de la organización y asisten personalmente.

Además, cuentan con cinco grupos homogéneos, organizados en diferentes edades y géneros:

1. El grupo de jóvenes Betesda de 15 a 30 años entre hombres y mujeres.
2. El grupo junior Betesda está conformado por niños de entre 7 a 14 años.
3. El grupo de mujeres está conformado por mujeres casadas.
4. El grupo de Varones Valientes constituido por hombres casados o que tienen una familia e hijos.
5. El grupo de parejas donde asisten todas las parejas casadas o que ya tienen hijos, se reúnen periódicamente para realizar diversas actividades de integración y retiros anuales.

En Betesda Central se dispone de un cuerpo de trabajo o staff, conformado por el Departamento Administrativo donde se encuentra el área de gerencia, representante legal, recursos humanos, secretaria; en el Departamento Financiero está el área de contabilidad y finanzas, y Departamento de Comunicaciones el cual posee cuatro áreas de comunicación: Televisión on-line BTV, Radio on-line BQR, Multimedia web y Editorial.

El Departamento de Comunicaciones se creó en marzo del 2012. Comenzó por medio del grupo de Apoyo evangelístico voluntario Centinela Producciones. En sus inicios se conformó por cinco personas relacionadas con los procesos de producción de televisión y multimedia.

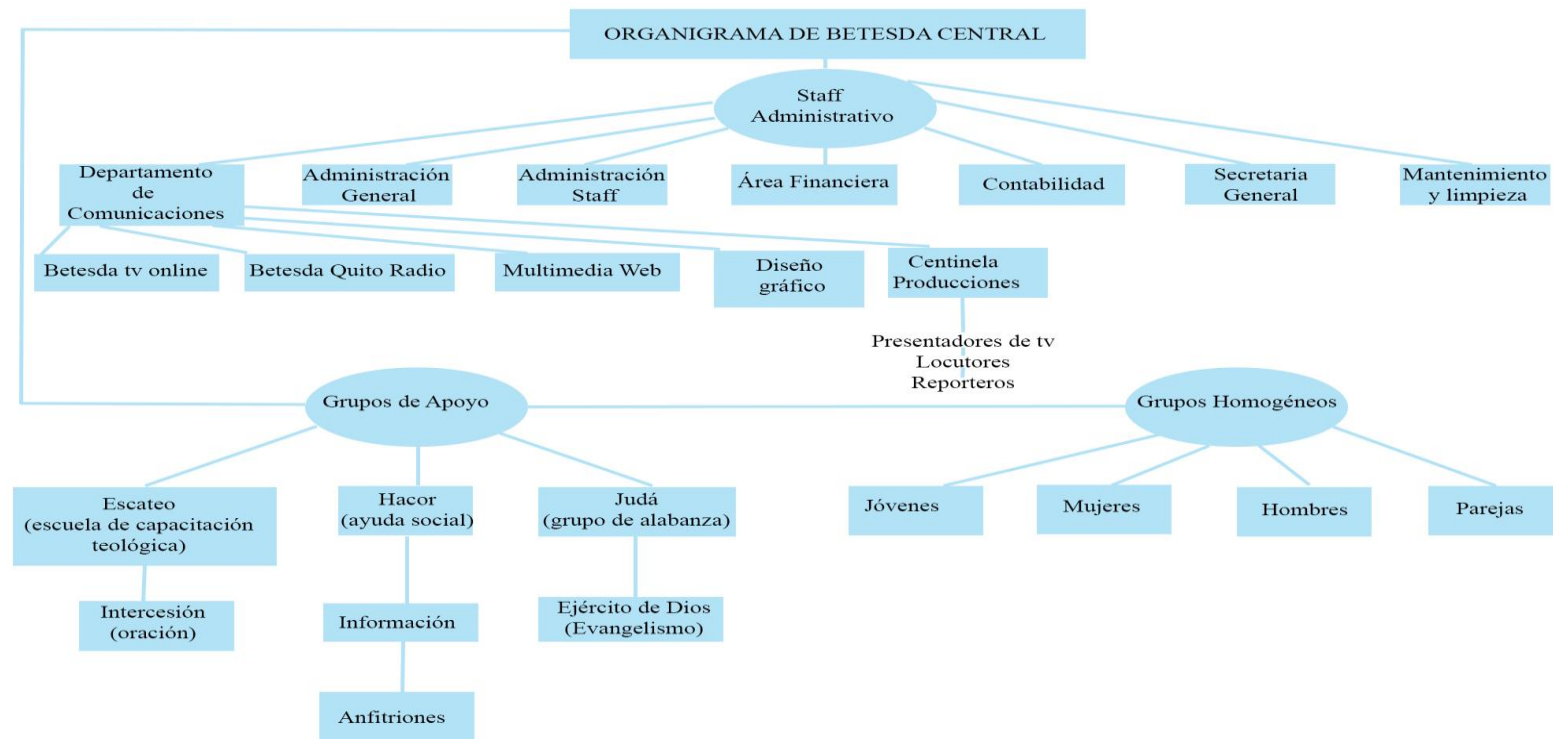
Dentro del departamento se maneja una estructura jerárquica, el área de administración de todos los recursos comunicacionales y la imagen de Betesda Central; el manejo de la página web [www.iglesiacrystianabetesda.org](http://www.iglesiacrystianabetesda.org), su mantenimiento y programación de Televisión on-line BTV.

El grupo de apoyo Centinela Producciones quienes cumplen la función de grabar y editar todas las actividades, reuniones dominicales, estudios bíblicos, realizar el noticiario Betesda que es un informativo de todos los eventos próximos a realizarse y el boletín dominical que da un resumen de las actividades durante la semana.

El área de programación de la Radio on-line, el área de la programación de multimedia web y la producción y edición de diversos programas para la Televisión on-line y el diseño gráfico de la editorial, revista anual, del boletín impreso dominical y todas las publicidades semanales que se exponen en las carteleras.

Los destinatarios de las acciones de comunicación de Betesda Central son toda la congregación conformada por 2000 mil asistentes actualmente y 6 000 accesos de usuarios on-line.

## Organigrama de Betesda Central



**Figura2.** Primer organigrama de Betesda Central. Elaborado por: Carla Vera del área del Multimedia web.

## **2.2. Antecedentes comunicacionales**

En los inicios de Betesda Central su objetivo se dirigía a transmitir el evangelio a través de las prácticas comunicacionales como estudios bíblicos y reuniones dominicales de reflexión del evangelio; toda actividad de integración o esparcimiento dentro y fuera de la organización se daba a conocer a través de boletines dominicales impresos, o en anuncios personales o grupales los domingos, días específicos donde asiste toda la congregación.

A medida que pasa el tiempo, también se va aumentado progresivamente los asistentes de Betesda Central llegando a 2000 personas actualmente.

Así mismo, aumenta la impresión de boletines dominicales, logrando identificar que entre más se suman personas a la congregación mayor es la demanda de mantener una adecuada comunicación, es por ello que se ve la necesidad de implementar nuevas herramientas y alternativas comunicacionales.

Durante 26 años Betesda Central manejó un sistema comunicacional escrito específicamente en el área editorial, sin tomar en consideración el riesgo de no usar nuevas herramientas de comunicación que puedan llevar el mensaje de la congregación.

En un principio se producía grabaciones de audio de las prédicas dominicales, pero, al tomar en cuenta la colaboración de un canal cristiano el cual visitó Betesda Central, y sugirió crear un programa de televisión, llegando así no solo a grabar el audio, adicionalmente cada domingo dicho canal grababa todas las prédicas dominicales y las transmitía.

Pero, el proyecto terminó después de seis meses, debido al cierre repentino del canal, además, era un gasto muy grande para Betesda Central el cual no se lo podía contener, así que se decidió comprar los equipos necesarios y producir directamente los DVD de las prédicas.



Es ahí donde se da el surgimiento del grupo Centinela Producciones quienes empezaron a producir los DVD y a gestionar la venta de los mismos.

Aumenta la necesidad de comunicar y es ahí donde el grupo de apoyo Centinela Producciones comenzó a realizar la grabación y edición de prédicas dominicales, haciendo que el trabajo del grupo incrementa progresivamente, creando la necesidad de realizar nuevas tareas, grabaciones de actividades de otros grupos de apoyo, realización de anuncios a través de videos, buscando llamar la atención de la congregación de manera eficaz.

Es ahí donde se ve la necesidad de implementar un sistema de comunicaciones que cubra con las expectativas de la visión de Betesda Central “Predicar el evangelio y ganar a Quito, Ecuador y el mundo para Cristo”; por medio de un lineamiento evangélico se busca llevar el mensaje no solo entre los asistentes de la congregación sino buscar medios novedosos de fácil acceso en todo el mundo.

A principios del 2012 nace la idea de crear una página web en la que se pueda incorporar todos los elementos identificativos de Betesda Central buscando llamar la atención a los usuarios on-line.

Para marzo del mismo año se diseña el sitio web: [www.iglesiacristianbetesda.org](http://www.iglesiacristianbetesda.org), básico en su formato cuenta con cinco pestañas interactivas:

- **Pestaña inicio:** se visualiza el intro de la página, Noti Betesda y Boletín dominical que ya no solo es una hoja escrita sino una edición de video donde se observan los anuncios de las actividades próximas a realizarse y un registro de usuarios.

### Pestaña inicio



**Figura3.** Elaborado por: sitio web Betesda Comunicaciones.

<http://www.iglesiacristianabetesda.org/sitio/>

- **Pestaña nosotros:** se derivan nueve opciones donde da a conocer la visión y misión de la organización, se da un acercamiento más profundo a la estructura de cada grupo de apoyo, grupo homogéneo, eventos y actividades captadas en imágenes como galerías virtuales.

## Pestaña nosotros



**Figura4.** Elaborado por: sitio web Betesda Comunicaciones.

<http://www.iglesiacrystianabetesda.org/sitio/>

- **Pestaña multimedia web:** contiene cuatro opciones en las cuales se ofrece los Programas que se transmiten en BTV para verlos en cualquier horario o descargarlos, la producción de televisión de cada uno de los programas de esta pestaña hasta el momento es un proceso de estudio de campo, donde se analiza los pros y contras de la creación de un programa, viendo el tiempo, recursos, objetivo, presentador, etc., todo estos procesos son realizados por Centinela producciones.

### Pestaña Multimedia web



**Figura5.** Elaborado por: sitio web Betesda Comunicaciones.

<http://www.iglesiacristianabetesda.org/sitio/>

### Pestaña Multimedia web/programas



**Figura6.** Elaborado por: sitio web Betesda Comunicaciones.

<http://www.iglesiacristianabetesda.org/sitio/>

- **Pestaña Betesda Quito radio:** se ofrece la opción de escuchar radio on-line durante las 24 horas, con una programación sin pausas, para usuarios pc o Mac, siendo de fácil descarga.

### Pestaña BQR



**Figura7.** Elaborado por: sitio web Betesda Comunicaciones.  
<http://www.iglesiacristianabetesda.org/sitio/>

## Link sintoniza BQR



**Figura8.** Elaborado por: sitio web Betesda Comunicaciones.  
<http://www.iglesiacristerianabetesda.org/sitio/>

- **Pestaña Betesda TV on-line:** permite acceder a la programación de televisión de todos los programas que ofrece Betesda Central en sus diferentes horarios o programación haciendo que los usuarios en todo el mundo puedan interactuar en ese instante con sus programas favoritos.



## Pestaña BTV



**Figura9.** Elaborado por: sitio web Betesda Comunicaciones.  
<http://www.iglesiacristianabetesda.org/sitio/>

## Link sintoniza BTV



**Figura 10.** Elaborado por: sitio web Betesda Comunicaciones.  
<http://www.iglesiacristianabetesda.org/sitio/>

Para la realización del sitio web se necesitó de un grupo de apoyo dispuesto a formar parte del staff de Betesda Central, conformado por cinco personas encargadas del manejo de cada área comunicacional el cual ve la necesidad de establecer correctas estrategias de comunicación que ayuden a anticipar inconvenientes que puedan surgir dentro de la congregación direccionando el mensaje hacia el público objetivo los usuarios on-line y así buscar la buena gestión de la comunicación, mejorar los espacios de relacionamiento y llegar a satisfacer las necesidades comunicacionales de los usuarios del sitio web.

### **2.3. Definición del problema**

En Betesda Central se busca brindar orientación oportuna para la buena gestión de la comunicación y los espacios de relacionamiento y permitir llevar el mensaje a través de un adecuado manejo de los recursos comunicacionales disponibles.

El crecimiento significativo de la congregación y lo usuarios on-line ha ocasionado que el flujo de comunicación dentro y fuera de la congregación presente falencias con respecto a los anuncios de actividades y eventos que se realizan ocasionando tergiversación del mensaje pues no se ha podido aclarar la intención del mismo, la construcción del mensaje y su filosofía basada en una visión, misión y principios evangélicos han sido transmitidos por líderes de los grupos de apoyo a cada miembro, pero se requiere no solo una transmisión verbal del mensaje sino que el mismo pueda ser puesto en práctica y sea parte de la congregación, buscando llamar la atención no solo de sus asistentes sino de los usuarios on-line a través del sitio web sin necesidad de tener un contacto personal.

Además, en los antecedentes se evidencian los recursos comunicacionales disponibles en Betesda Central, como lo son los anuncios dominicales, boletines, revista anual y sitio web que requiere de políticas que permitan su adecuada administración en cada área del departamento de comunicaciones, puesto que al tener un encargado en cada campo este requiere lineamientos que le permitan enlazarse con la administración del departamento, proyectar, planificar, informar y ejecutar cada tarea asignada y así mejorar el flujo de comunicación hacia la congregación y sus usuarios on-line.



## **2.4. Metas**

- Reconocer las necesidades comunicacionales de la congregación en los ocho grupos de apoyo y cinco grupos homogéneos, brindando oportuna atención a todas sus inquietudes.
- Brindar ayuda oportuna en el tema de comunicación, buscando mejorar las relaciones interpersonales en cada grupo de apoyo y grupo homogéneo en el tema de comunicaciones y organización de cada actividad grupal e individual que realizan, manejando de manera jerárquica el rol de cada integrante.
- Se busca generar dos espacios de relacionamiento comunicacional, el primero enfocado a dar información de actividades de planificación y evaluación de cada grupo de apoyo, el segundo direccionado a promover la creatividad de los grupos en función de la organización de eventos que se puedan compartir a la congregación, alcanzando una buena gestión de la comunicación a través de los recursos comunicacionales disponibles.
- Estructurar un sistema de comunicación que permita a través de lineamientos y políticas llevar al buen entendimiento de las tareas designadas a cada miembro del departamento de comunicaciones, grupos de apoyo y congregación.
- Diseñar una estrategia comunicacional y a través de esta anticiparse a futuros cambios en los eventos y actividades con respecto al mensaje que se trasmite en cada uno de ellos dentro de Betesda Central para promover mayor participación de sus asistentes dentro de la congregación.

## **2.5. Herramientas y técnicas del diagnóstico participativo**

### **2.5.1. Imagen a futuro**

#### **2.5.1.1. Objetivo**

Identificar la imagen a futuro del Departamento de Comunicaciones en beneficio de la congregación y los usuarios on-line de Betesda Central.

#### **2.5.1.2. Procedimiento**

En base al empleo de una taller participativo dentro del Departamento de Comunicaciones se permite conocer la imagen a futuro de Betesda Central en cuanto a la búsqueda de la buena gestión de la comunicación.

El taller consiste en formar un grupo con los miembros de cada área del departamento de comunicaciones, cada miembro deberá analizar por cinco minutos las aspiraciones que desea alcanzar dentro de su áreas de trabajo durante el 2014 con los ojos cerrados y dar a conocerlo en el grupo escribiendolo en una ficha.

Para realizar el análisis deberán tomar en cuenta aspectos como: los recursos comunicacionales disponibles: Centinela Producciones, Editorial, Sitio web: Betesda Televisión on-line, Betesda Quito Radio, Multimedia web, los grupos de apoyo y el espacio físico donde se desarrollan las actividades comunicacionales de Betesda Central.

#### **Preguntas a realizarse:**

- ¿Qué recursos comunicacionales necesitarían?
- ¿Cómo desearía que fuera el espacio físico donde se desarrolle el departamento de comunicaciones?

- ¿Qué actividades comunicativas le gustaría que se realicen con los grupos de apoyo?
- ¿De qué manera le gustaría que participe la congregación con relación al sitio web?
- ¿Cómo le gustaría que se desarrolle la interacción del sitio web con relación a sus usuarios on-line?

#### **2.5.1.3. Aplicación práctica (Recolección de la información)**

Tomando como referencia del taller participativo realizado a los miembros encargados de cada área del departamento de comunicaciones, dando a conocer los siguientes resultados en cuanto a sus aspiraciones en la imagen a futuro detallados en el (Anexo 1).

**Tabla1.** Recolección de la información de imagen a futuro

	<b>Administración del Departamento</b>	<b>Centinela Producciones</b>	<b>Sitio Web</b>	<b>BQR</b>	<b>BTV</b>	<b>Multimedia Web</b>	<b>Diseño Gráfico y Editorial</b>
<b>Imagen a Futuro</b>	Involucrar a mayor cantidad de personas posibles en cada área de comunicaciones abriendo más departamentos donde muchos voluntarios en todos los niveles puedan aportar, llegando a conseguir la construcción física de nuevos	Realizar varios programas de televisión diarios, en sets bien equipados con un equipo de productores a tiempo completo (camarógrafos, editores, jefes de producción, etc.) hacer cine, rodajes en exteriores, viajar para hacer reportajes, tener	Aumentar progresivamente la participación de los usuarios online del sitio web, de un porcentaje del 10% al 30% anual y a su vez aumentar el número de países que nos visitan de	Que logre ser un área completa con personas capacitadas, quienes realizarán programas semanales de difusión radial en un espacio con todos los recursos necesarios.	Poder diseñar una programación por mes, la cual sea versátil y cambie progresivamente, logrando llamar la atención de los participantes aumentando el número de espectadores.	Que pueda crecer en gran manera la producción de programas, para alcanzar un alto porcentaje en la interacción de los usuarios online en relación con las descargas de la pestaña de multimedia web.	Poder hacer un ministerio de diseño gráfico, con más personas, poder dar charlas o capacitaciones de los programas para quienes quieren actualizarse y formar parte de los gráficos con buenos equipos.

	espacios donde se desarrolle sets de grabación, camerinos y cabinas de radio.	una programación únicamente betesdiana.	2 países por año a 5 países por año.				
--	---	---	--------------------------------------	--	--	--	--

**Notas:** Resultados del taller participativo

#### **2.5.1.4. Construcción de la imagen a futuro**

Por medio de la adecuada organización colectivo entre los encargados del departamento de comunicaciones se puede desarrollar la construcción de herramientas y alternativas comunicacionales basadas en los resultado obtenidos en el taller participativo:

La herramienta para la construcción de las acciones que sustenta la imagen a futuro se desarrolla en la construcción de la propuesta de trabajo y a su vez se pueda determinar las acciones a tomar.

- Implementar una reunión semanal se permite tomar a consideración tanto opiniones positivas y negativas en cuanto al trabajo que desarrolla cada área, sirviendo de motivación para mejorar su desempeño y buscar fortalecer las relaciones de confianza entre los mismos, fomentando la autocrítica para el mejoramiento del trabajo grupal.

De la misma manera se permite usar las aspiraciones individuales a futuro plantea para llegar a cumplirlas en un tiempo determinado, evitando que solo sea un anhelo que no se llegue a desarrollar, sino que a través de el diseño de la estrategia de comunicación y plan de medios se pueda llevar a cabo.

Al conseguir una buena gestión de comunicación en el departamento de comunicaciones se permitirá llegar a organizar a los grupos de apoyo y estos se puedan sentir parte de un trabajo colectivo e involucrarlos de manera participativa en las actividades comunicacionales las cuales serán puestas en cronograma para el conocimiento de la congregación.

Con una buena organización, se puede llegar a cumplir cada una de las metas planteadas, así mismo, permite asistir con mayor facilidad a la imagen del futuro y que esta no se vea a un plazo largo que no se pueda cumplir, sino visualizarla como un futuro cercano, dependiendo de los resultados del manejo de los recursos comunicacionales mediante la estrategia a elaborar.

- Al permitir la participación activa de los grupos de apoyo mediante la reunión mensual del departamento de comunicaciones se facilita la de mayor información en opiniones, nuevas propuestas, etc. para mejorar los anuncios comunicacionales para la congregación en las prédicas dominicales, publicidad de las actividades que se van a realizar a través del sitio web, desarrollar nuevas ideas de comunicación y hacerlas posibles a través de los grupos de apoyo más dinámicos.

Esto permitiría en un futuro realizar encuentros oportunos con personas que forman parte de la congregación y que tienen un conocimiento apropiado del manejo de los medios de comunicación, permitiendo ampliar el conocimiento, logrando la elaboración de nuevas estrategias de comunicación útiles para Betesda Central.

## **2.5.2 Entrevista participativa presencial**

### **2.5.2.1. Objetivo**

Conocer las actividades que se realizan dentro del departamento de comunicaciones y las metas que desean cumplir en cada área de comunicación.

### **2.5.2.2. Procedimiento**

Se realiza una entrevista de audio y video realizada a encargados del área de la Administración del departamento de comunicaciones, el área del sitio web, el grupo de apoyo Centinela Producciones y el área de diseño gráfico detalladas en el (Anexo 2,3,4,5 y 6).

### **2.5.2.3. Aplicación práctica (Resultados)**

Betsda Central busca a través de la buena gestión de la comunicación transmitir su mensaje a todos los miembros de la congregación y hacerlos sentir parte esencial de cada uno de los proyectos que se propongan realizar haciendo que participen

activamente, además se anhela por medio del sitio web [www.iglesiacrystianabetesda.org](http://www.iglesiacrystianabetesda.org) aumentar progresivamente los usuarios on-line con un porcentaje del 30% cada año y se aspira incrementar el número de países que los visitan en internet, 5 países por año.

Se busca que Betesda Central en consideración de su situación actual pueda comunicar adecuadamente su mensaje sin llegar a tergiversaciones de los intereses que muestran, evitando que el entorno que los rodea pueda mal interpretar su visión como un sistema de alienación de dominio negativo o imposición de sus creencias.

Además, se orienta a mejorar las relaciones comunicacionales dentro del departamento de comunicaciones, llevando a toda la congregación a ser parte activa de los recursos de comunicación on-line que se disponen llegando a un 100% de participación.

Consiguiendo por medio de una buena administración de los recursos de comunicación llegar a la planeación de la construcción física de un nuevo espacio para el departamento de comunicaciones, donde se encuentre oficinas bien distribuidas, cabinas de producción y sets de grabación.

### **2.5.3. FODA OPRI**

El FODA OPRI es un método de análisis institucional, donde se expone los distintos datos de la organización. Facilita el analizar de manera interna las fortalezas y debilidades de la organización y en lo externo, las oportunidades y amenazas.

Permite diagnosticar la situación de la organización, su posición frente a la comunicación, su estado interno en la administración de los recursos comunicacionales que disponen en Betesda así como facilitar la definición de acciones estratégicas oportunas, a partir de lo obtenido en el análisis de sus oportunidades y amenazas.



#### **2.5.3.1. Objetivo**

Recoger las potencialidades y recursos que se tiene del trabajo del departamento de comunicaciones con características internas y externas logrando a su vez determinar los aspectos negativos y positivos de cada área, permitiendo el desarrollo de estrategias que son el resultado de los análisis realizados.

#### **2.5.3.2. Procedimiento**

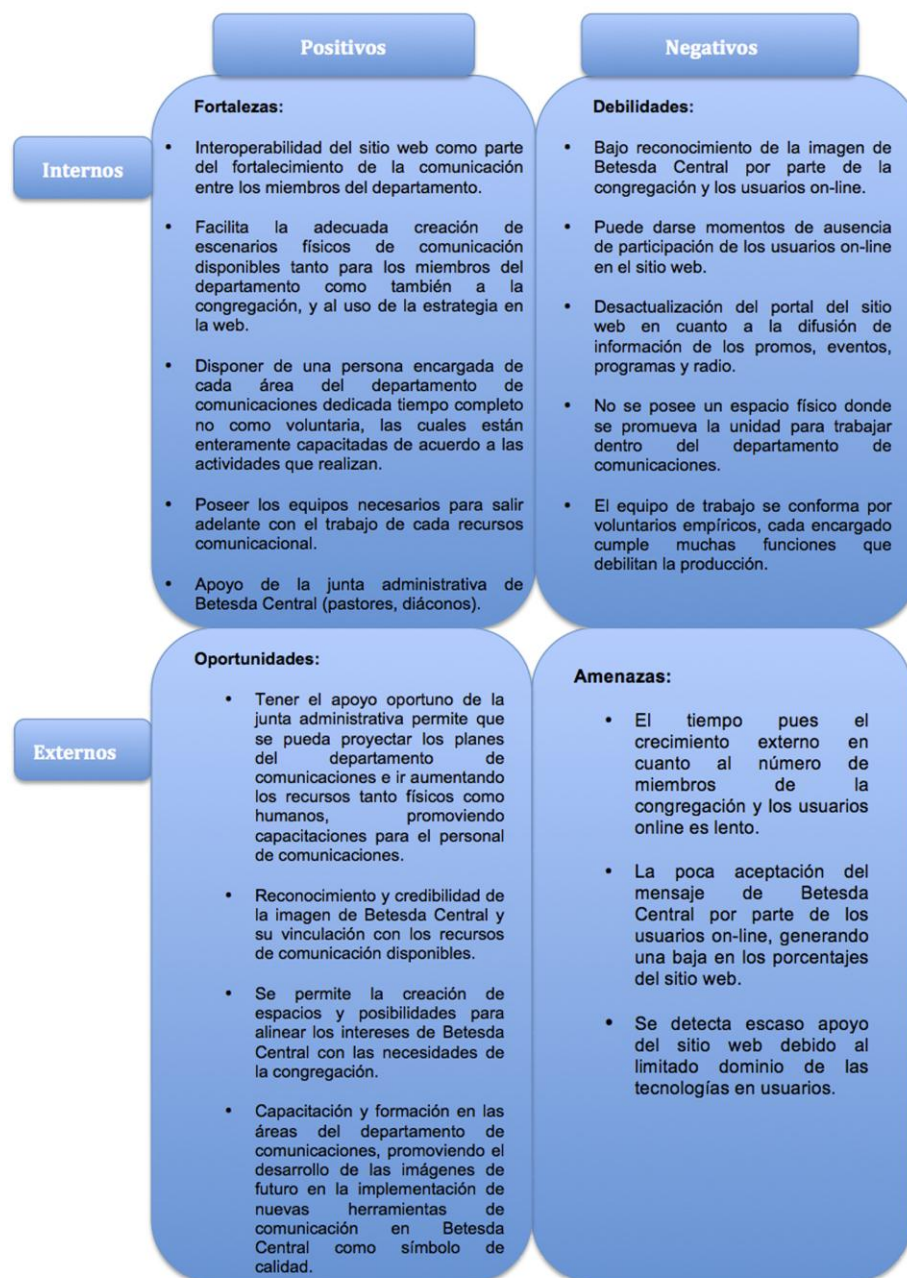
Se realiza una ficha de consulta a los miembros del departamento de comunicaciones sobre la potencialidades y recursos de cada área de trabajo de Betesda Comunicaciones, la cual es llenada de manera individual según el conocimiento del trabajo que desempeña y contestar de manera puntual.

#### **2.5.3.3. Aplicación práctica**

Para llegar a cumplir con la construcción de la estrategia de comunicación, y plan de medios es necesario analizar las condiciones en las que se los va a implementar a través de un FODA ordenando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas desde lo más general a lo más específico en cada una de las áreas de comunicación.

(Anexo 6)

## Foda Opri del Departamento de Comunicaciones de Betesda Central



**Figura11.** Elaborado por: Multimedia web Betesda Comunicaciones.  
<http://www.iglesiacristianabetesda.org/sitio/>

Por medio de los resultados expuestos en el FODA de manera interna de las fortalezas, debilidades y oportunidades, amenazas externas de Betesda Central en

cuento a la gestión comunicativa permite avanzar con el desarrollo de las estrategias de comunicación.

A través de las fortalezas y oportunidades se puede determinar una estrategia de comunicación la cual se enlace directamente al departamento de comunicaciones en la creación de una Reunión Semanal y la implementación de políticas de comunicación y con la identificación de las debilidades y amenazas expuestas permite plantear talleres trimestrales de capacitación en temas de comunicación y producción.

## **2.6. Mensaje de Betesda Central**

Su ideología está enfocada en el evangelio cristiano, su mensaje se dirige a los usuarios on-line sin límite de edad o género haciéndolos sentir parte de Betesda Central y en la congregación se trata de que cada miembro se sienta parte esencial y transmita el mismo mensaje a aquellos que no forman parte y que en un futuro puedan ser también partícipes.

Su filosofía se basa en la construcción de una visión, misión y principios evangélicos, fundamentados en escrituras bíblicas:

**2.6.1. Visión:** Predicar el evangelio y ganar a Quito, Ecuador y al mundo para Cristo (Marcos 16:15) .

Para que la visión de Betesda Central sea efectiva se plantean:

- **Basada en los propósitos de Dios:**

No es una visión personal es la visión de Dios, que determina su voluntad en el trabajo del establecimiento de la iglesia.

- **Que esté fundada y ejercitada en la fe:**

Creer y esperar los elementos básicos para hacer realidad los deseos de Dios.

- **Que muestre claramente un futuro:**

Permite que se trabaje con dirección en una forma segura y objetiva.

- **Que muestre la condición actual:**

Nos permite ver que es lo que estamos haciendo y lo que falta por hacer.

- **Que rompa estructuras de forma:**

Nos permite salir de moldes rompiendo todo obstáculo y proporcionándonos confianza y libertad.

- **Que fije modelos de trabajo:**

Nos permite crear disciplinas que posteriormente se convertirán en hábitos.

- **Que sea auto comunicable:**

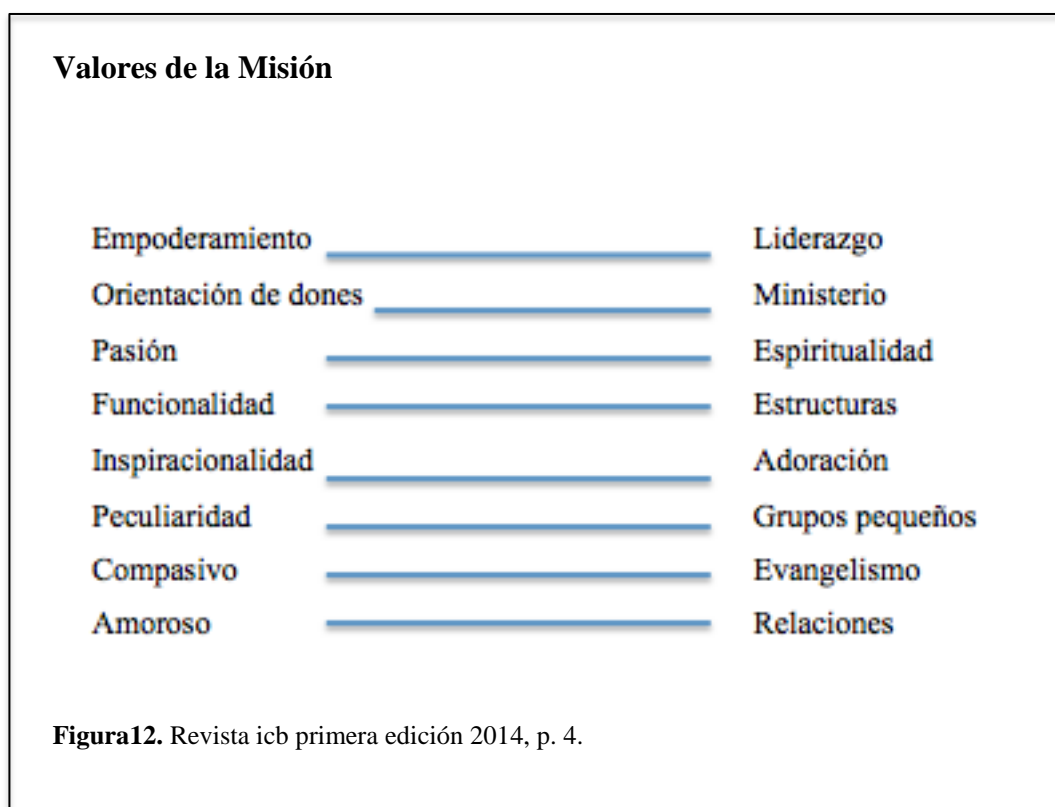
Fácil de entender y ponerla en práctica, es motivante.

- **Que determine la calidad de la iglesia:**

Tal es la visión, tal es la iglesia.

**1.6.2. Misión:** Hacer discípulos de Cristo a través de la predicación del evangelio, testimonio y establecimiento de las CODE “Células de discipulado, oración y evangelismo” (Mateo 28:-19,20).

Características de calidad que promueve la misión:



**Principios:** Santidad (2 Corintios 7:1), Sujeción (1 Pedro 3:22), Compasión (Mateo 14:14) y Unidad (Romanos 15:5-6).

**Valores centrales de Betesda Central basados en los principios:**

- Describen la manera que hacemos el ministerio
- Son los factores determinantes del horario, presupuesto, personal y ministerios de Betesda Central.
- Contesta a la pregunta ¿Por qué hacemos lo que hacemos?

El contenido del mensaje manifiesta la ideología evangélica pentecostal. Las iglesias pentecostales son aquellas enfocadas en predicar el evangelio de Jesucristo a través de las misiones de ayuda social, pueden trabajar de forma independiente o de manera grupal o afiliada a una organización religiosa, en este caso Betesda Central se encuentra asociada a las Asambleas de Dios.

Las organizaciones pentecostales evidencian un funcionamiento bien estructurado, en la Revista de Ciencias Religiosas, menciona:

El funcionamiento de las organizaciones no gubernamentales evangélicos protestantes, los vínculos que existen entre las iglesias evangélicas en distintos países del mundo, congresos internacionales, en los cuales los líderes evangélicos expresan las posturas sobre distintos hechos de la política mundial, permiten considerar las redes religiosas como los actores no estatales emergentes de relaciones internacionales. (Fediakova, 2002, p. 14)

Las Asambleas de Dios es oficialmente “Fraternidad Mundial de las Asambleas de Dios”, es una organización cristiana de fe pentecostal que agrupa a diferentes iglesias evangélicas de todo el mundo.

Es decir, basado en fundamentos bíblicos de Jesucristo, ofrece una idea de amistad, amor, paz, compañerismo en cada una de las prácticas diarias que realizan se intenta evitar las discusiones y malos entendidos.

En un sistema jerarquizado se resuelve los inconvenientes que puedan surgir buscando el buen entendimiento en las personas inmiscuidas llegando a un acuerdo razonable sin la necesidad de llegar a prácticas agresivas. Se enfocan en mantener una imagen de amor y ayuda por los demás, brindando una mano amiga, por medio de la amabilidad y la comprensión de la congregación en cada grupo de apoyo. Con más importancia dan ayuda y buscan integrar a sus grupos a los más jóvenes siendo de gran ayuda por su edad. Esto se refleja a través de las actividades que realiza cada grupo de apoyo y grupo homogéneo en relación con la congregación, las cuales son evidentes en las actividades que realizan cada mes con relación al evangelismo y ayuda social.

El punto focal del mensaje de Betesda Central es poder incluir cada vez más miembros a su congregación y aumentar el número de visitantes on-line, llamar su atención por medio de los recursos comunicacionales que dispone.

## 2.7. Propuesta de trabajo

Se propone a través del diseño de la Estrategia de Comunicación generar el establecimiento de Políticas de Comunicación en el Departamento de Comunicaciones creando lineamientos en las actividades del trabajo grupal e individual, en cada área comunicacional y en la parrilla de programación, teniendo en claro los roles de cada uno evitando el desorden y los malos entendidos por la falta de una buena comunicación y así comenzar con el diseño del Plan de Medios dirigida a toda la congregación de Betesda Central y sus usuarios on-line.

Para el diseño de la propuesta de trabajo se parte de la construcción de instancias de participación para los miembros del departamento de comunicaciones, dichas instancias se ven vinculadas con respecto a las potencialidades, recursos, debilidades y amenazas que se han dado a conocer, pues se busca fortalecer el carácter comunicacional de Betesda Central dando respuesta a las necesidades de cada área del departamento de comunicaciones evidenciadas en la construcción del FODA OPRI y así determinar el desarrollo de las siguientes propuestas en estrategias:

Para la construcción de las estrategias y el plan de medios es adecuado conformar una **reunión semanal** de todos los miembros del departamento de comunicaciones, que permita dar a conocer las interrogantes, inquietudes y molestias, que se den con respecto a las actividades que desempeñan en cada área, permitiendo una buena interacción entre los asistentes, logrando recolectar buena información con respecto a opiniones y propuestas de trabajo que ayuden a mejorar la comunicación entre los mismos rompiendo brechas de relación, llegando a mantener la confianza.

Al conformar la reunión semanal se puede llegar a mantener una buena organización dentro del departamento y que pueda ser evidenciado en el trabajo comunicacional y así facilitar el conocimiento acerca de las necesidades comunicacionales de la congregación, llegando a un acuerdo consensuado en cada área del departamento, evitando malos entendidos, consiguiendo que todos los participantes puedan tener la misma visión y comunicar de manera uniforme a su público.

Así no solo facilita el trabajo semanal de cada actividad que realizan en el sitio web y sus áreas de comunicación, sino también permite organizar apropiadamente los eventos usando el calendario de trabajo, de esa manera se puede anticipar a cualquier eventualidad que pueda ocurrir, a través de un apropiado análisis de la situación.

La implementación de una reunión semanal en el departamento de comunicaciones para comenzar con una estructura de trabajo en buen orden donde sus miembros estén en el mismo sentido, de esta manera se puede crear políticas de comunicación dentro del departamento facilitando el trabajo grupal e individual de los involucrados creando un mayor flujo de comunicación promoviendo la confianza y el aporte creativo en cada área para la elaboración de nuevos spots, programas, boletines, anuncios, etc.

La elaboración de **políticas de comunicación** que son los lineamientos e instrumentos normativos de trabajo a seguir en el departamento de comunicaciones que determina parámetros en la relación de las áreas de comunicación, se puede seguir lineamientos en cada área de comunicación del sitio web que es el enfoque principal para poder cumplir con todas las metas y objetivos planteados.

De esta manera se permite desarrollar el Diseño de una Estrategia de Comunicación que mejore oportunamente la gestión de comunicación dentro de Betesda Central y enfocarse en la comunicación de la congregación y los usuarios on-line.

Con el diseño de la Estrategia de Comunicación se puede llegar a la “administración adecuada de los recursos, y con un grado mayor de complejidad, a un curso de acción, consciente y proyectado, que orienta la voluntad de transformación de un individuo o de un grupo, de actores sociales y colectivos”. (Uranga, 2011, p. 1)

Se ayuda a abordar una o más situaciones que puedan darse en el transcurso de la realización de las actividades a comunicar en Betesda Central siendo de oportuna ayuda para la anticipación de cualquier eventualidad, y poder mantenerse en una buena preparación de los acontecimientos.



Es una iniciativa de planificación a la comunicación desde todos los ámbitos a comunicar en Betesda Central, en el staff de trabajo, el departamento de comunicaciones, el sitio web y la congregación. Generando oportunos criterios para la comunicación en los diferentes escenarios que se puedan presentar.

“La estrategia es una forma de percibir el mundo que permite una determinada ubicación para el hacer, para el cambio, para la acción transformadora”. (Uranga, 2011, p. 1)

Con el diseño de la estrategia de comunicación se puede llegar a la elaboración de un plan de medios que establezca un orden adecuado de la parrilla de programación del sitio web y la editorial.

En el plan de medios se define el grupo objetivo, se determina la cobertura y frecuencia de los recursos comunicacionales, televisión on-line, radio on-line, multimedia web y editorial.

La planificación de medios ayuda al “proceso de toma de decisiones que van marcando el camino a seguir para utilizar de la mejor manera posible el tiempo y el espacio publicitario de los medios”. (Gonzáles Lobo & Carrero López, 2008, p. 46)

El mundo de los medios están en constante transformación, es por ello, que los medios on-line son una herramienta útil que se ha vuelto indispensable en organizaciones religiosas y demás creencias donde la censura a los contenidos ideológicos no limita las diversas expresiones comunicativas.

En Betesda Central al usar los medios on-line le permite enfocar su visión más cercana, el internet traspasa fronteras tal como se logra evidenciar en una imagen del futuro cercano que posee la congregación de llegar a transmitir el evangelio por todos los recursos disponibles hasta el momento.

## **2.8. Análisis de las prácticas comunicativas**

Es preciso especificar que se toma como referencia los resultados de las herramientas y técnicas del diagnóstico para determinar el análisis de las prácticas comunicativas en el que se concluye que en Betesda Central la congregación y sus usuarios on-line han ido aumentando en número rápidamente, pero no se ha podido avanzar a la misma velocidad en las metas planteadas con referencia a la comunicación, debido a la falta de una estrategia de comunicación y un plan de medios.

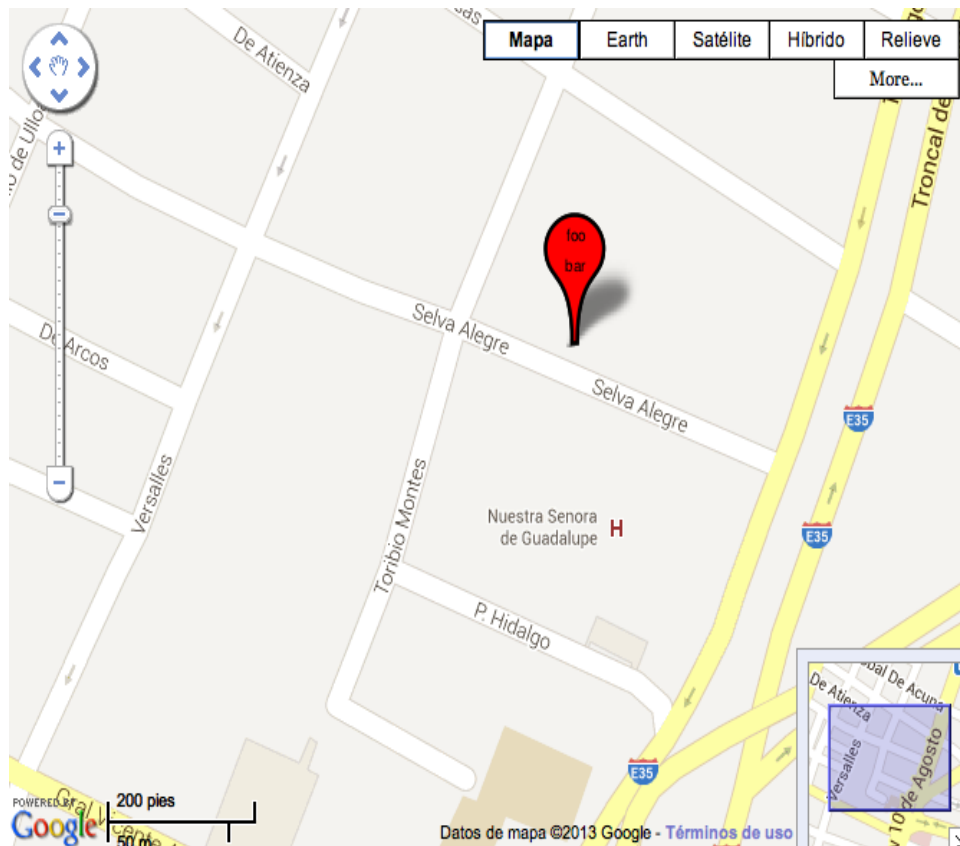
Este problema se evidencia dentro de la imagen a futuro y el FODA OPRI, en el que no solo a nivel general de la congregación sino también en el departamento de comunicaciones, staff administrativo, cada grupo de apoyo, grupos homogéneos y usuarios on-line.

Al identificar los problemas latentes los cuales han sido especificados en el punto tres de la definición del problema, se puede mejorar la comunicación, el sistema de trabajo grupal e individual sin perder la conexión de sus políticas ni desviarse de la visión, misión y sus principios, sino implementar el mensaje en cada actividad, de la misma manera promover la participación de sus asistentes en cada grupo de apoyo y grupo homogéneo.

## **2.9. Localización física**

Departamento de Comunicaciones de Betesda Central es parte de la organización Evangélica Betesda Central ubicada en Quito-Ecuador, en la Selva alegre y Toribio Montes Oe1-90, sector La Versalles.

## Localización en el mapa de Betesda Central



**Figura 13.** Google Maps

Se logra diagnosticar que Betesda Central al ser una organización evangélica sin fines de lucro, está estructurada de manera jerárquica, y como tal, se evidencia en cada departamento administrativo las necesidades comunicacionales.

Se determina que para poder lograr una buena gestión de la comunicación solo se emplea el diseño de una estrategia de comunicación, mediante la elaboración de políticas de comunicación, sino a su vez dar lineamientos adecuados para fomentar una relación ordenada y entendible con cada miembro del departamento de comunicaciones.

Así, también se identifica los recursos comunicacionales que dispone el departamento de comunicaciones facilitando el manejo de cada uno, a través del cumplimiento de las metas planteadas y las falencias comunicacionales existentes.

También, se permite evidenciar que con el diseño de una estrategia de comunicación se puede llegar a anticipar situaciones o problemas dentro de las prácticas comunicativas, las cuales, regidas bajo un plan de medios enfocado a los recursos comunicacionales de Betesda Central, se puede determinar un manual de procedimientos a seguir en cada áreas del sitio web y la editorial, para cumplir con el objetivo planteado, dirigiendo su visión a la congregación y los usuarios on-line.

Logrando llegar por medio de estrategias de comunicación determinadas al cumplimiento de los objetivos planteados con respecto al diseño del plan de medios logrando construir una adecuada administración de los medios, facilitando la gestión de la comunicación, llegando a evidenciar una mayor organización del trabajo grupal e individual.

## **CAPÍTULO 2**

### **ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA BETESDA CENTRAL**

#### **1. Introducción**

La gestión como proceso integral de comunicación en Betesda Central se enmarca dentro de una idea general que engloba todo el proceso comunicativo de manera global tomando cada problema comunicacional evidenciado en el diagnóstico al cual se busca dar solución por medio de la prevención dada en el desarrollo de las estrategias.

Para mantener claras las alternativas y la toma de decisiones en la construcción de las estrategias es preciso mantener el enfoque en el mensaje que se quiere transmitir a través de la parrilla de programación y los medios disponibles.

En este punto se despliegan acciones y los lineamientos a determinar en las políticas de comunicación, con la finalidad de fortalecer los recursos comunicacionales en pos de alcanzar la imagen a futuro expuesta por los actores del área de comunicación.

El proceso empieza por entender cómo se desarrolla la comunicación interna y externa en Betesda Central para generar las estrategias de comunicación en las diferentes áreas de trabajo.

La comunicación interna son todas las actividades realizadas por la organización para crear y mantener las relaciones entre los miembros de el staff, grupos de apoyo y grupos homogéneos; a través del uso de los medios disponibles en el sitio web y dentro de la congregación.

La comunicación interna da lugar al reconocimiento de la organización en cada ámbito interno y su estructura donde se desarrolla las normas y lineamientos establecidos en las políticas de comunicación para mejorar la relación entre las áreas

más no de los actores involucrados facilitando el intercambio de información de las tareas asignadas.

Adicional, se evidencia una buena gestión de la comunicación interna al desempeñar estrategias que ayuden a prever cualquier inconveniente en el sistema jerárquico de la organización.

La gestión de la comunicación interna se define como “El diseño de tales estrategias es entendido como la creación y/o elección de modos, recursos, habilidades, artes, tácticas y medios que, articulados entre sí, funcionando de manera complementaria y secuencial”. (Uranga, 2011, p. 49).

Dando respuesta al escenario acción y los lineamientos a exponer en las políticas de comunicación es donde la comunicación externa toma dirección en cada actividad y evento a realizar el cual es transmitido por medio de los recursos comunicacionales disponibles como lo son los boletines dominicales, anuncios en video, noticias Betesda y revista anual, los cuales, llegan a manos externas, a miembros de asistencia frecuente y no frecuente de Betesda llevando el mensaje en cada proceso comunicativo.

### **1.1. Objetivo general**

Implementar escenarios propicios para la comunicación y la buena administración de los medios en Betesda Central, a través de la aplicación de lineamientos y políticas al departamento de comunicaciones.

### **1.2. Objetivos específicos**

- Proporcionar información sobre la planificación comunicacional, sus potenciales para el trabajo en el sitio web al departamento de comunicaciones, que permita alcanzar a la congregación y usuarios on-line.

- Promover el reconocimiento de posibles aportes comunicacionales en el departamento de comunicaciones, en materia de recursos, alternativas y herramientas para la adecuada administración de la parrilla de programación.
- Comunicar a través de la interacción del departamento de comunicaciones el desarrollo de políticas de comunicación aportando lineamientos a seguir para el diseño del Plan de Medios.

## **2. Estrategias de Comunicación para Betesda Central**

### **2.1. Introducción**

La finalidad de la estrategia de comunicación en Betesda Central, es llegar a cumplir cada una de las metas planteadas en el diagnóstico y que estas sean el principio facilitador para ejecutar la imagen de futuro en la congregación.

A su vez se busca lograr el objetivo planteado Elaborar un Plan de Medios para la Televisión online, Radio online y en la Editorial del Departamento de Comunicaciones de Betesda Central para fortalecer la gestión de la comunicación y los espacios de relacionamiento, alcanzando así un aumento significativo de la audiencia en el sitio web, los usuarios online y los participantes activos de la congregación, mejorando la comunicación interna y externa en cada grupo de apoyo y grupo homogéneo.

### **2.2. Análisis de la situación**

Progresivamente desde su inicio, Betesda Central ha ido estructurando relativamente con una adecuada administración de las actividades comunicacionales realizadas dentro de la congregación, como una organización evangélica.

La imagen de Betesda Central se ve proyectada a través de los miembros de la congregación, por medio del uso correspondiente del portal web y su manejo por parte del departamento de comunicaciones.

Por medio del diagnóstico se puede evidenciar la situación en la que se desarrolla la comunicación en Betesda Central, mostrando la necesidad de fortalecer relaciones y comenzar a generar compromisos con la congregación y los miembros de cada área de comunicación.

El departamento de comunicaciones se proyecta en dar respuesta a las necesidades de la congregación, promoviendo iniciativas de calidad en los grupos de apoyo, destacando a aquellos relacionados con las capacidades de líderes, poniendo en valor de la innovación el uso de las nuevas tecnologías.

Al pretender una comunicación estratégica adecuada, las fortalezas y debilidades internas de Betesda Central deben ser tenidas en cuenta, sobre todo para determinar que puede hacer la organización con los medios y los recursos disponibles, así como los elementos y herramientas internas que podrían mostrarse de manera inadecuada o insuficiente a la hora de una mayor presencia como portal de referencia hacia los usuarios on-line.

Es por ello, que la creación de un plan de comunicación, debe comprometer a la mayoría de los actores involucrados en las actividades comunicacionales, ya que es necesario para el logro de las acciones que fortalezcan la imagen de Betesda Central.

Al usar los resultados del FODA OPRI e imagen a futuro planteados permite la construcción de la estrategia de comunicación la cual toma en consideración los elementos de diagnóstico antes mencionados.

### **2.3. Fundamentación**

Es importante priorizar la necesidad comunicacional y la planificación de medios en Betesda Central, a través del diseño de la Estrategia de Comunicación, con la oportuna construcción de escenarios de comunicación y políticas para el departamento de comunicaciones.



Basándose en la Teoría de la Sociedad de la Información que tiene su origen en las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTIC) han traído nuevos escenarios en la economía y en los medios, que han dado origen a la sociedad de la información y a la globalización. (Martínez Terrero, 2006, p. 62)

Esta teoría se fundamenta en la era digital donde predomina el internet, al desarrollar una Estrategia de Comunicación basándose en la necesidades de Betesda, donde permita coincidir la audiencia del medio BTV, BQR, Editorial con los usuarios conectados a la página web. Por ello, cuanto mayor sea el número de usuarios en la intersección del sitio web, mayor valor tiene el medio para el anunciante, en este caso Betesda Central.

El diseño de tales estrategias es entendido como la creación y/o elección de modos, recursos, habilidades, artes, tácticas y medios que, articulados entre sí, funcionando de manera complementaria y secuencial, permitirán involucrar a los actores identificados como necesarios en los procesos de transformación a los que se aspira y alcanzar a públicos y audiencias múltiples con la finalidad de generar cambios en la dirección establecida en el escenario apuesta. (Uranga, 2008, p. 49)

Es así como el diseño de la Estrategia de Comunicación no solo establece escenarios propicios para el momento de la comunicación, sino también permite crear el ambiente necesario en el que se produzca un acto creativo que se anticipe a posibles circunstancias que intenten afectar los recursos de comunicación de Betesda Central.

La implementación de la reunión mensual y las políticas de comunicación para el departamento de comunicaciones como estrategias las cuales van acompañadas de acciones a plantear que permiten involucrar a todos los actores de comunicación en Betesda Central, el staff de trabajo, departamento de comunicaciones, grupos de apoyo y congregación, extendiéndose a los usuarios on-line.

La intención es ofrecer el diseño de una estrategia de comunicación abierta y La estrategia abierta, es una estrategia de misión, y descentraliza la toma de decisiones para cumplirla, dejando amplio espacio de libertad para usar la creatividad y la información del momento. (Uranga, 2011, p. 3).

Al construir la estrategia surgen varias orientaciones o caminos a tomar por parte de los miembros del departamento de comunicaciones, haciendo que surjan nuevas tácticas de comunicación de acuerdo a las circunstancias que se evidencien en el momento propicio de la reunión mensual, influyendo en la toma de decisiones a partir del desarrollo del trabajo de cada área de comunicación.

Se abren nuevos espacios para el trabajo cooperativo y el aprendizaje por medio de la implementación de reuniones de planificación y evaluación de actividades, incorporando componentes de acceso, operación y contribución de las fuentes de información por medio de políticas de comunicación establecidas a cada área del departamento, dando a conocer conceptos de la web y la renovación de su interfaz preservando las ideas ya consolidadas de navegabilidad entre los miembros encargados del sitio web.

El objetivo de Betesda Central es que se convierta en una organización basada en el conocimiento, que trasmita su mensaje del evangelio, su visión y principios, resulta ser una necesidad estratégica, privilegiar la modalidad de trabajo cooperativo enfocado en el sitio web y editorial, orientándose a aumentar progresivamente recursos comunicacionales.

Los actores sociales de la organización el departamento de comunicaciones, la congregación, los usuarios on-line, son beneficiarios de la correcta utilización de las estrategias de comunicación, son las iniciativas puestas en marcha por los actores.

Las estrategias son la forma de traducir en iniciativas la voluntad política y cultural de transformación, que tiende a acompañar y fortalecer un proyecto de desarrollo, un entramado social, político, organizacional o de políticas públicas (Uranga, 2011, p. 6).

Además, con el empleo de estrategias de comunicación se fortalece el diseño del plan de medios y su implementación en la parrilla de programación, permitiendo la ejecución de un modelo de evaluación participativo siendo una forma de investigación-acción.

Con la utilización del modelo participativo se permite el desarrollo de las estrategias y facilita el trabajo en cada una de las acciones planteadas en las mismas ya que permite conocer cada perspectiva y escenario del proyecto en su implementación.

## **2.4. Denominación de las estrategias**

Implementar escenarios propios para la adecuada comunicación entre los miembros del departamento de comunicaciones siendo el primer paso para la construcción de herramientas y alternativas que encaminen a la buena gestión de la comunicación en la congregación y los usuarios online, este como punto de partida para el diseño de las estrategias de comunicación facilita el desarrollo del plan de medios para Betesda Central dando respuesta a las metas e imagen a futuro planteadas.

### **2.4.1. Estrategia número 1: Reunión Semanal del Departamento de Comunicaciones**

**Objetivo:** Fortalecer la comunicación dentro de cada área del departamento de comunicaciones a través de la organización del trabajo individual y grupal.

**Audiencia:** Departamento de Comunicaciones de Betesda Central

**Frecuencia:** Una vez por semana

**Duración:** 1 hora

**Canal de difusión:** Para el recordatorio de la reunión se requerirá de un correo de aviso un día antes de la reunión.

**Características:**

- Tiene como carácter comunicativo lograr que cada miembro encargado de un área específica dentro del departamento de comunicaciones de a conocer a todo el grupo cada una de las actividades comunicativas que realiza semanalmente dentro del rol que desempeña.
- La administración del Departamento de Comunicaciones da a conocer los requerimientos del trabajo a realizarse según el calendario de actividades de la organización, adicionalmente en la reunión se permite la distribución de tareas asignadas.
- Con la reunión semanal se permite formar un ambiente de confianza en que todos los asistentes puedan brindar aportaciones significativas al trabajo grupal el cual es llegar a cumplir con el mensaje de Betesda Central y a su vez plantear alternativas para la difusión del mismo.
- Permitir la formación del acto creativo de cada área del departamento para la buena comunicación recolectando opiniones y críticas que ayuden a mejorar el trabajo que se realiza cada semana.

**2.4.2. Estrategia número 2: Talleres trimestrales de capacitación en temas de comunicación y producción**

**Objetivo:** Proveer nuevos conocimientos al departamento de comunicaciones y colaboradores voluntarios de los grupos de apoyo a través del fortalecimiento de sus capacidades comunicacionales.

**Audiencia:** Departamento de Comunicaciones y voluntarios de los grupos de apoyo y congregación en general.

**Frecuencia:** Cada tres meses.

**Duración:** 2 horas

**Canal de difusión:** Usar los recursos comunicacionales existentes para su difusión por medio del boletín dominical. El taller se dictará de manera presencial en las instalaciones de Betesda Central.

**Características:**

- Establecer por medio de un cronograma fechas propicias en las que se dicte los talleres, observando detalles como el tema a dictarse, lugar, hora, duración y quienes pueden participar.
- Promover dentro del departamento, en los grupos de apoyo y congregación la búsqueda de nuevos conocimientos de comunicación que beneficien a Betesda Central y puedan ser implementados en los recursos de comunicación existentes.
- Tratar temas relacionados con la comunicación, producción de televisión y radio, dichos temas serán expuestos en base a capacitaciones de locución de radio, de presentadores de televisión, de redactores, editores y actualización de nuevas herramientas que propone la sociedad de la información para la difusión del mensaje de Betesda Central.

**2.4.3. Estrategia número 3: Implementación de Políticas de Comunicación para el Departamento de Comunicaciones**

**Objetivo:** Determinar lineamientos de relación de trabajo entre los miembros del Departamento de Comunicaciones para facilitar el canal de comunicación hacia la administración de Betesda Central, logrando fortalecer las relaciones interpersonales y el trabajo de las tareas asignadas a cada área.

**Audiencia:** Departamento de Comunicaciones de Betesda Central.

**Frecuencia:** Establecida permanentemente.

**Canal de difusión:** En las reuniones semanales del departamento de comunicaciones.

**Características:**

- Establecer lineamientos de comunicación al departamento permitiendo la difusión de los recursos comunicacionales online de Betesda Central y fortalecer el canal de comunicación escrito en los boletines dominicales y la revista anual.
- Favorecer la aceptación y participación de los voluntarios de la congregación a trabajar en el área de comunicación por medio de una buena organización de las actividades dentro del departamento.

## **2.5. Políticas de Comunicación para el Departamento de Comunicaciones de Betesda Central**

### **2.5.1. Introducción**

Las políticas de comunicación responden al proceso de construcción de Betesda Central como una identidad organizacional evangélica dentro del Departamento de Comunicaciones y a la necesidad de establecer un marco de referencia que facilite la gestión comunicacional entre sus miembros.

Implementar políticas en el departamento de comunicaciones implica un enfoque para el diseño del Plan de Medios, en el sentido de comprometerse con el desarrollo coherente de los procesos de comunicación y el reconocimiento de los recursos comunicacionales como parte de un sistema de relaciones.

La creciente complejidad que rodea el ambiente de las organizaciones evangélicas, en razón de la intensificación de los procesos de globalización y la consecuente

diversidad de interacciones sociales, políticas, económicas y sobre todo culturales con referencia a comunidades religiosas, ameritan definir un marco de actuación que permita construir la identidad organizacional, facilitar los procesos comunicacionales y gestionar las relaciones, en el entorno interno del departamento de comunicaciones.

### **2.5.2. Marco de referencia**

**2.5.2.1. Interlocutores:** Es aquella persona con la que el Departamento de Comunicaciones sostiene relación permanente para cada toma de decisiones en los procesos de comunicación, en este caso el administrador general de Betesda Central.

**2.5.2.2. Identidad organizacional:** es la expresión de la personalidad del Departamento de Comunicaciones, fundado en un marco de referencia y en una imagen deseada que se comunica por medio de una figuración del evangelio, a través del encargado de la administración del departamento.

### **2.5.3. Alcance**

Los miembros del departamento de comunicaciones, asumen a la comunicación con un enfoque estratégico orientado a afianzar su identidad organizacional, buscando facilitar la interacción entre cada uno y gestionar adecuadamente la parrilla de programación, mediante la construcción y fortalecimiento de las relaciones de la congregación y sus usuarios on-line.

### **2.5.4. Criterios de aplicación**

**2.5.4.1. Consistencia:** desarrollar una actuación individual y colectiva entre los encargados del departamento.

**2.5.4.2. Reconocimiento:** identificar las diferencias, intereses y expectativas de los miembros del departamento partícipes de los procesos de comunicación.

**2.5.4.3. Innovación:** Apertura permanente a la incorporación de nuevas prácticas y medios de comunicación que permitan actualizar y mejorar los procesos y relaciones entre los miembros del departamento.

## **2.5.5. Objetivos**

### **2.5.5.1. Objetivo General**

Implementar lineamientos de trabajo para el Departamento de Comunicaciones de Betesda Central, garantizar su aplicación y ofrecer la información necesaria para el desarrollo de las actividades en los recursos comunicacionales.

### **2.5.5.2. Objetivos Específicos**

- Facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se transmiten entre los miembros del departamento de comunicaciones.
- Optimizar el clima organizacional del departamento, unificando criterios de información dentro de los recursos comunicacionales.
- Priorizar las acciones comunicativas dirigidas hacia el diseño del plan de medios.

## **2.5.6. Comunicación Interna**

La Comunicación interna en el departamento de comunicaciones tiene que ver con la información que se genera dentro de sus miembros y como interactúan entre los mismos, direccionándolos a partir de varios niveles:

**2.5.6.1. Comunicación descendente:** Los mensajes que circulan desde la dirección de administración del departamento hacia el personal de comunicaciones.

**2.5.6.2. Comunicación ascendente:** Desde el personal del departamento de comunicaciones en las cinco áreas disponibles (BTV, BQR, Multimedia web, Centinela Producciones, Editorial y diseño gráfico), hacia la administración del departamento.



**2.5.6.3. Comunicación horizontal:** Es la comunicación entre el personal del departamento de comunicaciones, entre iguales.

#### **2.5.7. Proceso de Comunicación para Gestionar la comunicación interna del departamento de comunicaciones**

Con la implementación de políticas de comunicación en el departamento se busca mejorar el conocimiento de la visión de Betesda Central por parte de sus miembros, logrando la cooperación, colaboración, motivación, inspiración y el compromiso de todas, de manera que sus labores comunicacionales sean mejor y más enfocadas, dando una imagen positiva y alcanzando más fácilmente sus objetivos.

Para gestionar eficazmente esta comunicación es importante tener en cuenta a todos los miembros del departamento, creando el marco de relación apropiado, facilitando el desarrollo de las capacidades de comunicación y apoyando una comunicación multidireccional.

#### **2.5.8. Políticas de Comunicación del Departamento de Comunicaciones de Betesda Central**

##### **2.5.8.1. Canales de Comunicación en el comité de Administración del Departamento de Comunicaciones**

Presidido por el Gerente de la Organización Betesda Central y la administradora del Departamento de Comunicaciones el cual se remite a las cinco áreas del departamento de comunicaciones.

El gerente de la organización encargado de la administración general de Betesda Central, es quien mantiene la imagen de la organización a través de la gestión adecuada de la comunicación con la administradora del departamento de comunicaciones.

Con la implementación de una reunión semanal entre el gerente de la organización y la administración del departamento se permite la buena comunicación en cuanto al mensaje que se desea transmitir cada semana en Betesda Central a través de los recursos comunicacionales.

La reunión se la realizará los primeros días de cada semana y así permitirá que los demás miembros del departamento estén enterados de los requerimientos.

#### **2.5.8.2. Departamento de Comunicaciones**

- **Administración General**

La Administración del Departamento de Comunicaciones, realiza la gestión de mantener en orden cada una de sus áreas internas y las actividades a realizarse cada semana en los recursos comunicacionales.

Mantiene al tanto de los requerimientos de la administración general a los miembros del departamento. Distribuye las actividades a realizar en cada área de comunicación; Centinela Producciones, Betesda Televisión on-line, Betesda Quito Radio, Multimedia web y Editorial.

Por medio de la realización de una reunión semanal grupal con los miembros de comunicación da a conocer las actividades requeridas por la administración, la imagen y visión que se quiere transmitir, manteniendo el buen entendimiento de la comunicación interna.

Se requiere realizar una reunión semanal individual con cada miembro del departamento para mantener al tanto de las solicitudes de trabajo, con el surgimiento de nuevas ideas, generando un acto creativo en cada recurso comunicacional manteniendo un flujo de comunicación circular donde se da y recibe opiniones.

- **Centinela Producciones**

Es el Grupo de Apoyo conformado por miembros voluntarios de la congregación, quienes mantiene la administración del área comunicacional partiendo de los lineamientos de producción de televisión impartidos a través de las reuniones semanales realizadas cada sábado. Centinela se encarga de la pre producción y producción de los cultos dominicales, campañas, grabación de eventos realizados en Betesda Central, grabación del programas transmitidos en Betesda televisión on-line y los promos de los grupos de apoyo.

Todos los sábado de 3 a 6 de la tarde, se reúne el grupo de apoyo para coordinar la producción a realizar de las prédicas dominicales, el Noti Betesda y el boletín dominical, este último contiene los promos de cada evento a realizarse en Betesda Central.

Todos los domingos durante el primer servicio dominical, tienen la función de grabar la prédica y en el segundo y tercer servicio se encarga de la multimedia proyectando el Noti Betesda y el boletín, se distribuyen de acuerdo a turnos entre sus miembros, logrando así que tres personas por servicio estén en la cabina de producción y en cámaras.

Entregan un informe mensual de cada producción que se ha realizado a la administración del departamento de comunicaciones para la evaluación del trabajo comunicacional grupal e individual de Centinela Producciones y las peticiones de los nuevos requerimientos del área administrativa.

Adicional dentro de este grupo se conforman voluntarios encargados de la presentación de televisión es decir del Noti Betesda y demás anuncios requeridos por un presentador y reportero.

- **Producción de anuncios y promos de Grupos de Apoyo**

Para la producción de promos o publicidades de cada actividad y evento a realizarse en Betesda Central por parte de los grupos de apoyo, se realiza una pre producción

de televisión a través de Centinela Producciones y el área de Multimedia web que cumple la función de soporte al realizar la producción de actividades del grupo de jóvenes y grupo de evangelismo.

Se recolecta las ideas creativas de los grupos de apoyo con un mes de anticipación para la producción y realización del anuncio o promo y a su vez este pueda ser transmitido en el boletín dominical con antelación.

La producción y edición de los promos o anuncios se realizan en un tiempo de 7 días por programa, para que estos puedan ser subidos al sitio web y a las redes sociales, 30 días antes de la fecha de la actividad para dar a conocer a toda la congregación oportunamente.

- **Sitio Web: [www.iglesiacristianabetesda.org](http://www.iglesiacristianabetesda.org)**

En el sitio web se da soporte al dominio y hosting. El hosting es el servicio que permite la administración de la información del sitio web y su almacenamiento ordenado. El dominio es sitio web físico de la página, es decir, [www.iglesiacristianabetesda.org](http://www.iglesiacristianabetesda.org), es la dirección a la que se remiten los usuarios. El adecuado manejo de estos dos elementos es fundamental en su administración técnica.

El sitio web es actualizado en cuanto a su diseño una vez por año manteniendo la renovación de la página motivando a sus usuarios online a participar en ella activamente.

- **Betesda Televisión on-line**

Se encuentra dentro del sitio web en la pestaña BTV donde se evidencia la programación de la televisión online para servidores de PC y Mac permitiendo a través del software disponible que los usuarios puedan conectarse desde su ordenador o su móvil.

La programación de BTV es actualizada cada tres meses manteniendo una adecuada interactividad entre sus usuarios evitando el aburrimiento y desinterés de la audiencia. Dicha programación debe ser evaluada por la administración del departamento previa reunión para mantener el orden en el flujo de la comunicación.

- **Betesda Quito Radio**

Se encuentra dentro del sitio web en la pestaña BQR donde se evidencia la programación de radio con un contenido de música cristiana en su totalidad para una audiencia sin límite de edad o género, usando como parámetro los idiomas inglés y español.

La programación de BQR puede ser descargada para PC, Mac y Android siendo de fácil acceso durante las 24 horas.

La programación debe ser actualizada una vez por semana para evitar el desinterés y aburrimiento de la audiencia, siendo evaluada dicha programación por la administración del departamento de comunicaciones en la reunión semanal planteada.

- **Multimedia Web**

Se realiza la programación de televisión, al subir al sitio web en la pestaña multimedia los programas producidos por el departamento de comunicaciones de Betesda Central.

Cada semana se sube un programa ya editado dependiendo de la producción de Centinela Producciones, es por eso que una vez a la semana el Grupo de apoyo y Multimedia web debe coordinar los programas que ya se han producido, los cuales son incluidos para la programación.

La coordinación de los programas se lleva a cabo a través de una reunión semanal en la cual cada área de comunicación, presenta un informe de planificación donde se

detalla cada tarea a realizarse manteniendo al tanto uno a otro, de esta manera se facilita el orden en cada programa.

Hasta el momento se dispone de 12 sub pestañas dentro de multimedia, cada pestaña representa un programa producido por el departamento de comunicaciones de Betesda Central, en cada una se coordina subir un programa por semana.

Los nuevos programas a crearse dentro de multimedia son ordenados en base a una reunión semanal entre la administración del departamento, centinela producciones y multimedia web, organizando la producción de televisión, la producción de multimedia y su difusión a la congregación.

Los programas que ya se han subido a multimedia web están disponibles para verlos on-line o descargarlos de acuerdo al software disponible tanto para PC como para Mac.

- **Editorial y Diseño Gráfico**

La editorial y diseño gráfico busca representar la imagen de Betesda Central. En esta área en particular se requiere de una reunión diaria donde se mantiene al tanto de los requerimientos de la administración, para facilitar el adecuado diseño impreso de los anuncios de las actividades de los grupos de apoyo y grupos homogéneos.

Adicional, se participa en la reunión semanal con todas las áreas de comunicación para dar a conocer nuevas ideas creativas de los diseños de los anuncios impresos y el boletín dominical.

Antes de la impresión final de los anuncios se realiza un control de calidad, es decir, la administración de comunicaciones da una revisión del diseño para los últimos cambios antes de su publicación.

Además, se elabora el diseño de la revista anual, un proyecto en proceso el cual se deberá fijar la fecha de publicación en coordinación con el departamento de comunicaciones. Para el machote de la revista, se requiere de la reunión semanal de

la editorial con la administración para la revisión de cada página, su pronta corrección tanto del diseño como su contenido escrito y así mantener la visión de Betesda Central siendo el apoyo comunicacional escrito necesario para la congregación.

## **2.6. Acciones vinculadas a las estrategias de comunicación**

Se desarrollarán áreas estratégicas con principios que se deben retroalimentar y permitir cohesión entre Betesda Central, congregación y usuarios on-line.

Las líneas de actuación se desarrollan, de acuerdo con el mensaje a posicionar a través de los recursos comunicacionales, en cuanto al ámbito de la capacitación, mediante el uso de las herramientas tecnológicas, es necesario destacarse en materia de comunicación, tanto dentro y fuera de la congregación.

La proyección de la estrategia de comunicación en Betesda Central está enfocada a dar lineamientos y políticas en el uso del sitio web y editorial, para gestionar la comunicación, ampliar el público objetivo, dando un mayor enfoque social en un lenguaje más cercano y comprensible por los usuarios que permitan desarrollar y obtener una mayor visibilidad de sus necesidades con la interacción en la web.

Por ello, Betesda Central requiere lograr con las acciones a desarrollar, la promoción de la imagen a un público más amplio a través de los recursos comunicacionales, reconocer el trabajo que se realiza en el departamento de comunicaciones a través de las políticas, e incrementar la visibilidad sobre la importancia del conocimiento de los principios de la organización basados en el evangelio.

### Flujo de las estrategias de comunicación de Betesda Central



**Figura 14.** Elaborado por: multimedia web de páginas web Betesda Central.



Se propone desarrollar un planteamiento estratégico y su consecuente implementación, con el fin de lograr los objetivos antes marcados a través de acciones estratégicas.

Una sola acción de comunicación no da respuesta a una estrategia, por el contrario, muchas veces se convierte en un arma de doble filo que puede generar inconvenientes, por tal razón se plantean varios puntos de acción los cuales fortalecen la gestión de las estrategias y prevén posibles circunstancias negativas en el proceso comunicativo y la planificación de medios.

La presente estrategia de comunicación referente a la construcción de escenarios de reunión, planificación, evaluación y capacitación en la implantación de políticas de comunicación en el departamento de comunicaciones, abarca el flujo de acciones y presentación de información objetiva en forma de actividades claves adaptadas a la congregación y los usuarios on-line a la que se quiere dirigir, y teniendo en cuenta el nivel de participación de los mismos.

#### **2.6.1. Acciones específicas**

El conjunto de acciones, que a continuación se detallan, pretenden dar respuestas al planteamiento y líneas estratégicas a través de actividades concretas, propias del ámbito de la comunicación, todas ellas corresponden a una propuesta preliminar que será desarrollada en 12 meses y cuantificada para cada acción, al implementarse en Betesda Central.

##### **2.6.1.1. Objetivo general**

Implementar escenarios propicios para la comunicación y la buena administración de los medios en Betesda Central, a través de la aplicación de lineamientos y políticas al departamento de comunicaciones.

### **2.6.1.2. Estrategia de objetivo general:**

Reunión Semanal del Departamento de Comunicaciones.

- Desarrollar una línea de actuación para la imagen organizacional que defina la identidad de Betesda Central.
- La imagen organizacional, será unificada en todos los grupos de apoyo, grupos homogéneos y será difundida por medio del uso de los recursos comunicacionales.
- Con la implementación de las políticas de comunicación en el departamento de comunicaciones, se permite definir los espacios de relacionamiento entre el área administrativa y los miembros del departamento para determinar fechas y horarios de evaluación, planificación y capacitación.
- La reunión semanal del departamento de comunicaciones fortalecerá la imagen de la organización, uno de los medios es a través de la editorial en cuanto a la realización del diseño del boletín dominical y la revista anual, la cual será cambiada cada año de acuerdo a la información que vaya surgiendo en Betesda Central, adicional, el diseño y uso del sitio web irá cambiando, buscando evidenciar la visión de Betesda Central hacia la congregación.

Acciones a llevar a cabo:

- Cambio del diseño del Boletín dominical de acuerdo al mensaje misional cambiante cada año.
- Cambio de la imagen en cuanto a color y animación del boletín multimedia.
- Soporte en el sitio web, el cual esta disponible en la pestaña "nosotros" en las secciones de "visión" y "misión".
- Soporte de producción de televisión por medio de la grabación y edición del boletín multimedia con la presentación de cada actividad a través de videos.

**2.6.1.3. Objetivo específico 1:** Proporcionar información sobre la planificación comunicacional, sus potenciales para el trabajo en el sitio web al departamento de comunicaciones, que permita alcanzar a la congregación y usuarios on-line.

**2.6.1.4. Estrategia de objetivo específico 1:** Reunión semanal del Departamento de Comunicaciones.

- Las estrategias de comunicación al ser implementadas en el sitio web aseguran la consistencia del mensaje de Betesda Central para la congregación y la adecuada utilización de las políticas de comunicación con los miembros del departamento y la administración.
- Las personas encargadas de cada una de las áreas del sitio web y editorial mantendrán la comunicación hacia la administración por medio de la reunión semanal, con el interés de conocer los accesos al sitio web y el desarrollo de la editorial en cuanto a la revista anual su diseño y su publicación.
- Se utilizan instrumentos de difusión tradicionales en cada actividad de los grupos de apoyo: folletos, desplegados, publicaciones, promos en video, etc.
- Se fomentará entre los miembros del departamento el uso de las herramientas disponibles en el sitio web brindando capacitación en el manejo de las mismas, de acuerdo a la rol de cada encargado.
- Elaborar guías de comunicación que definan y faciliten el trabajo de todos los miembros de los grupos de apoyo para la participación de eventos en Betesda Central.
- Iniciar en el presente año experiencias innovadoras en capacitación, demostrar la disposición de los miembros de la congregación a asumir nuevos retos y oportunidades de cambio.

- El uso del sitio web se extiende a gran velocidad y pone de manifiesto la necesidad de conocimiento y herramientas de gestión modernas, en la adaptación a las nuevas tecnologías y sensibilidad a las necesidades de los usuarios.

**2.6.1.5. Objetivo específico 2:** Promover el reconocimiento de posibles aportes comunicacionales en el departamento de comunicaciones, en materia de recursos, alternativas y herramientas para la adecuada administración de la parrilla de programación.

**2.6.1.6. Estrategia de objetivo específico 2:** Talleres trimestrales de capacitación en temas de comunicación y producción.

- A través de la buena gestión de los herramientas y alternativas de comunicación se da a conocer cada una de las áreas dentro de la parrilla de programación.
- Gestionar entrevistas para el contenido de la revista anual, para conocer la opinión y las funciones de cada grupo de apoyo y que se de a conocer a la congregación.
- Actualización de propuestas para generar nuevos recursos comunicacionales por parte de los miembros del departamento.
- Participación de trabajo en todos los eventos a realizar por parte de los grupos de apoyo, grupos homogéneos y congregación.

**2.6.1.7. Objetivo específico 3:** Comunicar a través de la interacción del departamento de comunicaciones el desarrollo de políticas de comunicación aportando lineamientos a seguir para el diseño del Plan de Medios.

**2.6.1.8. Estrategia de objetivo específico 3:** Implementación de Políticas de Comunicación para el Departamento de Comunicaciones.

- Las actividades emprendidas en el marco de la estrategia engloban dos propuestas, la primera la creación de escenarios y la segunda la implementación de políticas, con la colaboración del departamento de comunicaciones en previo consenso se define la planificación de los medios disponibles en Betesda Central.
- Es necesario identificar entre los medios disponibles cuales son de mayor interés, y por tanto, que merece ser mayormente potenciado.
- Los medios de comunicación son ávidos de datos, cifras, y estadísticas en el caso del sitio web, por lo que facilita la difusión del mensaje de Betesda Central hacia los usuarios on-line.
- Identificando la prioridad de los recursos comunicacionales tanto en el sitio web como en la editorial se permite llegar al diseño de un Plan de Medios para Betesda Central en el que se determine punto por punto la dirección que toma cada herramienta para la congregación y los usuarios.

## **2.7. Plan Operativo**

En el Plan Operativo se pone en marcha los indicadores a seguir de acuerdo a las estrategias que van guiadas por cada objetivo planteado.

**Tabla 2.** Definición de la imagen organizacional de Betesda Central

<b>Definir la imagen organizacional evangélica de Betesda Central</b>	
<b>Objetivo General</b>	Implementar escenarios propicios para la comunicación y la buena administración de los medios en Betesda Central, a través de la aplicación de lineamientos y políticas al departamento de comunicaciones.

<b>Estrategia</b>	Desarrollar una línea de actuación para la imagen organizacional que defina la identidad de Betesda Central.
-------------------	--

<b>Acciones</b>	<b>Responsables</b>	<b>Indicadores</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La imagen organizacional unificada en todos los grupos de apoyo.</li> <li>• Definir los espacios de relacionamiento en el departamento de comunicaciones y la administración.</li> <li>• Reunión mensual del departamento para fortalecer la imagen de la organización.</li> <li>• Diseño del boletín dominical y soporte web.</li> <li>• Soporte de producción de televisión.</li> </ul>	Departamento de Comunicaciones Betesda Central.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento del 50% de 2000 asistentes a 3000, de Betesda Central y la presencia en escenarios de comunicación.</li> <li>• Aumento de las visitas al sitio web y la participación de los usuarios, de 2000 mil usuarios a 5000 mil en 1 año.</li> <li>• Aumentar el número de</li> </ul>

		participantes en los grupos de apoyo para Betesda Central en un 50%.
<b>Verificación</b>	Se verificará tales indicadores por medio de un análisis participativo a realizarse dentro de la reunión semanal del departamento de comunicaciones por medio de un registro gráfico de asistencia.	

**Nota:** Se determinan indicadores para el proceso de verificación en la definición de la imagen organizacional de Betesda Central.

**Tabla 3.** Implicación de escenarios de comunicación

<b>Implicación de escenarios de comunicación</b>		
<b>Objetivo</b>	Proporcionar información sobre la planificación comunicacional, sus potenciales para el trabajo en el sitio web al departamento de comunicaciones, que permita alcanzar a la congregación y usuarios on-line.	
<b>Estrategia</b>	Crear herramientas que permitan fomentar y generar relaciones entre los miembros del departamento de comunicaciones y la administración de Betesda Central.	
<b>Acciones</b>	<b>Responsables</b>	<b>Indicadores</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asegura la consistencia del mensaje de la organización y la coordinación de las políticas de comunicación.</li> <li>• Mantener la comunicación hacia la administración por medio de la reunión semanal.</li> <li>• Se utilizan instrumentos de difusión tradicionales.</li> <li>• Se fomenta a los miembros del departamento el uso de las herramientas del sitio web.</li> </ul>	Departamento de Comunicaciones área encargada Multimedia Web.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumentar el número de participantes en los grupos de apoyo que se involucren en las actividades de comunicación en un 50% pasando de 500 a 1000 participantes.</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar guías de comunicación que definan y faciliten el trabajo.</li> <li>• Iniciar en el presente año experiencias innovadoras en capacitación.</li> </ul>		
<b>Verificación</b>	<p>En cada taller realizado trimestralmente en el área de comunicación se realizará una evaluación participativa en el que se realicen preguntas abiertas por los participantes, para lograr verificar cada indicador a alcanzar evidenciando si ha aumentado o no el número de participantes en los grupos de apoyo.</p>	

**Nota:** Se evidencia los indicadores a emplear para el proceso de verificación.

**Tabla 4.** Visibilidad del sitio web

Visibilidad del sitio web		
<b>Objetivo</b>	Promover el reconocimiento de posibles aportes comunicacionales en el departamento de comunicaciones, en materia de recursos, alternativas y herramientas para la adecuada administración de la parrilla de programación.	
<b>Estrategia</b>	Poner en marcha mecanismos de participación a los miembros del departamento de comunicaciones, grupos de apoyo hacia la congregación logrando que se sienta interesados en las actividades de difusión.	
Acciones	Responsables	Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena gestión de los recursos, servicios y herramientas de comunicación.</li> <li>• Gestionar entrevistas para el contenido de la revista anual, para conocer la opinión.</li> <li>• Actualización de propuestas para generar nuevos recursos comunicacionales por parte de los miembros del departamento.</li> <li>• Participación de trabajo en todos los</li> </ul>	Departamento de Comunicaciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento de las visitas al sitio web en un 50% de 2000 usuarios a 5000 mil usuarios.</li> <li>• Mayor participación de grupos de apoyo de 500 participantes a 1000 participantes.</li> </ul>

eventos a realizar por parte de los grupos de apoyo, grupos homogéneos y congregación.		
<b>Verificación</b>	La verificación se realizará a través del sitio web verificando en el contador de visitas de la página a través del servido Joomla.	

**Nota:** Se determina la verificación para la visibilidad del sitio web.

**Tabla 5.** Planificación de medios de comunicación en Betesda Central

Planificación de medios de comunicación en Betesda Central		
<b>Objetivo</b>	Comunicar a través de la interacción del departamento de comunicaciones el desarrollo de políticas de comunicación aportando lineamientos a seguir para el diseño del Plan de Medios.	
<b>Estrategia</b>	Identificación y puesta en marcha de herramientas que faciliten el diseño del Plan de Medios.	
Acciones	Responsables	Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> <li>Se define la planificación de los medios disponibles en Betesda Central.</li> <li>Es necesario saber identificar entre los medios disponibles cuales son de mayor interés.</li> <li>Identificando la prioridad de los recursos comunicacionales tanto en el sitio web como en la editorial se permite llegar al diseño de un Plan de Medios en el que se determine punto por punto la</li> </ul>	Departamento de Comunicaciones área Multimedia web.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumento del 50% de 2000 asistentes a 3000, de Betesda Central y la presencia en escenarios de comunicación en el sitio web.</li> <li>Aumento de un 50% en la presencia activa en eventos por parte de la congregación de 500 participantes activos a 1000 en 1 año.</li> </ul>

dirección que toma cada herramienta para la congregación y los usuarios.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento del 50% las visitas al sitio web.</li> <li>• Aumentar el 50% del número de participantes en cada grupos e apoyo involucrados en actividades de Betesda Central.</li> </ul>
<b>Verificación</b>	Verificar a través de una evaluación participativa de preguntas y respuestas de los miembros del departamento de comunicaciones .	

**Nota:** Se determina los indicadores de verificación para la planificación de medios.

## 2.8. Cuadro síntesis de objetivos y actividades del proyecto

**Tabla 6.** Síntesis de objetivos y actividades del proyecto

Objetivo General	Objetivos Específicos	Resultados Esperados	Actividades
Implementar escenarios propicios para la comunicación y la buena administración de los medios en Betesda Central, a través de la aplicación de lineamientos y políticas al departamento de comunicaciones.	Proporcionar información sobre la planificación comunicacional, sus potenciales para el trabajo en el sitio web al departamento de comunicaciones, que permita alcanzar a la congregación y usuarios on-line.	Creación de herramientas que permitan fomentar y generar relaciones entre los miembros del departamento de comunicaciones y la administración de Betesda Central logrando alcanzar los indicadores estimados. 1000 participantes en los grupos de apoyo. 3000 asistentes a la congregación. 7000 mil usuarios del sitio web.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reunión semanal para mantener la comunicación hacia la administración.</li> <li>2. Crear herramientas del sitio web con mayor frecuencia entre los miembros de la congregación.</li> <li>3. Dar capacitación oportuna a los miembros del departamento.</li> </ol>

	Promover el reconocimiento de posibles aportes comunicacionales en el departamento de comunicaciones, en materia de recursos, alternativas y herramientas para la adecuada administración de la parrilla de programación.	Poner en marcha mecanismos de participación a los miembros del departamento de comunicaciones, grupos de apoyo hacia la congregación logrando que se sienta interesados en las actividades de difusión.  Llegando a evidenciar el crecimiento de sus miembros en 1000 participantes activos.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer la opinión de la congregación en base a entrevistas.</li> <li>2. Generar nuevos recursos comunicacionales por parte de los miembros del departamento de comunicación.</li> <li>3. Generar la participación oportuna por parte de los grupos de apoyo en cada actividad y evento.</li> </ol>
	Comunicar a través de la interacción del departamento de comunicaciones el desarrollo de políticas de comunicación	Identificación y puesta en marcha de herramientas que faciliten el diseño del Plan de Medios,	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Determinar punto por punto la dirección que toma cada herramienta para la congregación y usuarios a través de la</li> </ol>

	aportando lineamientos a seguir para el diseño del Plan de Medios.	evidenciados en los indicadores en cuanto a la cantidad de miembros del departamento de comunicaciones de 40 participantes a 80 en un año.	identificación de las prioridades de los recursos comunicacionales tanto en el sitio web como en la editorial a través del diseño de un Plan de Medios.
--	--	--	---

**Nota:** Determinación de actividades a realizarse en el proyecto.



## **CAPÍTULO 3**

### **PLAN DE MEDIOS DE BETESDA CENTRAL**

#### **3.1. Introducción**

Se procede con el diseño del Plan de Medios dando respuesta a la búsqueda de la buena gestión de la comunicación y el uso de las estrategias desarrolladas en el capítulo 2.

El plan de medios enfocado como un plan de acción, en el que se retoma los resultados del proceso de diagnóstico, facilita introducir cambios a medida en que se avanza, organizando cada una de las actividades de la estrategia de comunicación.

Primero al dar respuesta a las acciones de comunicación, en base a los resultados esperados con respecto a los indicadores establecidos dentro de las estrategias definidas, estos mismos son utilizados para la elaboración del plan de medios, enfocado a la parrilla de programación: BTV (Betesda televisión online), BQR (Betesda Quito Radio), Multimedia web, Editorial y Diseño gráfico y la producción de televisión de Centinela Producciones.

El plan define cada una de las tácticas que se va a desarrollar con las principales herramientas de comunicación disponibles en Betesda Central, buscando que las mismas sean de fácil acceso y uso.

Y a su vez en base a los lineamientos establecidos en las políticas de comunicación, como otro de los marcos referenciales en el desarrollo del plan, determinando así puntos específicos en la administración de los medios en cuanto al tiempo y espacio publicitario en Betesda Central, dirigido de acuerdo a las estadísticas del sitio web.

### **3.2. Objetivo general**

Promover la adecuada administración de los medios disponibles en Betesda Central, a través de la implementación de lineamientos y soportes técnicos en la parrilla de programación, para mejorar la comunicación entre la administración y el departamento de comunicaciones.

#### **3.2.1. Objetivos específicos**

- Generar mayor confianza y transparencia de las actividades que se realizan en cada medio de Betesda Central hacia la administración del departamento de comunicaciones.
- Mejorar el proceso de comunicación con el adecuado uso de la parrilla de programación en las distintas áreas del departamento.
- Fomentar la participación voluntaria de grupos de apoyo y grupos homogéneos dentro de Betesda Comunicaciones.

### **3.3. Público objetivo**

El plan de medios está dirigido a una audiencia ya determinada en el diagnóstico, a el Departamento de Comunicaciones de Betesda Central y cada una de las áreas de comunicación establecidas, con el enfoque de generar la buena administración de la parrilla de programación del sitio web y la producción de televisión, siendo de beneficio a los participantes activos de los grupos de apoyo y grupos homogéneos que colaboran voluntariamente en la comunicación.

### **3.4. Mensaje**

El mensaje enfocado con la elaboración del plan de medios es vinculado al diagnóstico y a la estrategia de comunicación ya determinadas, direccionado a mantener el enfoque en la transmisión de la visión, misión y principios establecidos por Betesda Central en base a la difusión del evangelio cristiano pentecostal a través

de los medios disponibles en la parrilla de programación tanto en el sitio web como en la editorial siendo el mensaje el siguiente:

**3.4.1. Visión:** Predicar el evangelio y ganar a Quito, Ecuador y al mundo para Cristo. Marcos 16:15) .

**3.4.2. Misión:** Hacer discípulos de Cristo a través de la predicación del evangelio, testimonio y establecimiento de las CODE “Células de discipulado, oración y evangelismo” (Mateo 28:-19,20).

**3.4.3. Principios:** Santidad (2 Corintios 7:1), Sujeción (1 Pedro 3:22), Compasión (Mateo 14:14) y Unidad (Romanos 15:5-6).

### **3.5. Acciones estratégicas a emplear en el plan de medios**

Mediante el desarrollo de las estrategias establecidas: Reunión Semanal del departamento de comunicaciones, talleres trimestrales de capacitación en temas de comunicación y producción y la Implementación de Políticas de Comunicación para el Departamento de Comunicaciones se permite generar acciones específicas para la etapa de diseño:

- Desarrollar una línea de actuación para la imagen organizacional que defina la identidad de Betesda Central.
- Crear herramientas que permitan fomentar y generar relaciones entre los miembros del departamento de comunicaciones y la administración de Betesda Central.
- Poner en marcha mecanismos de participación a los miembros del departamento de comunicaciones, grupos de apoyo hacia la congregación logrando que se sientan interesados en las actividades de difusión.

- Identificación y puesta en marcha de herramientas que faciliten el diseño del Plan de Medios.

### **3.6. Plan de Medios de Betesda Central**

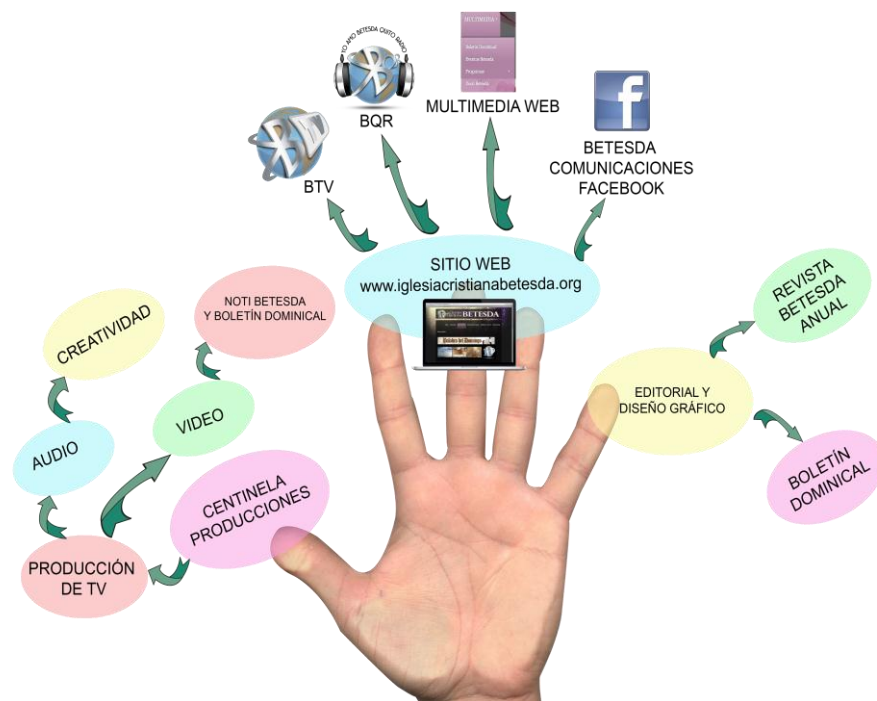
Los medios disponibles hasta el momento en Betesda Central nacen con el grupo de apoyo ministerial Centinela Producciones, a partir de ahí se derivan los grupos encargados del proceso de producción de televisión, audio, video, y sus elementos comunicativos como es el Noti Betesda y el Boletín Dominical.

En el sitio web se derivan tres pestañas principales que son BTV donde se transmite online la televisión, BQR en el que se transmite online la radio y Multimedia web que permite descargar y ver online fuera de la programación los programas existentes.

La red social Facebook es una herramienta secundaria del sitio web la cual comunica cada actividad realizada.

En cuanto a la Editorial y Diseño gráfico es el área de comunicación que se desarrolla con el objetivo de dar identidad a Betesda Central por medio de los diseños impresos, logrando plasmar el mensaje a transmitir en cada actividad.

### Medios de comunicación en Betesda Central



**Figura 15.** Medios disponibles en Betesda Comunicaciones. Elaborado por: Carla Vera de Multimedia web.

#### 3.6.1. Centinela Producciones

Grupo ministerial de apoyo del Departamento de Comunicaciones conformado por 14 miembros quienes colaboran de manera activa todos los sábados y domingos en reuniones periódicas y turnos rotativos de pre producción, post producción, edición y publicación, adicional, cuentan con 60 voluntarios quienes realizan actividades extras en Centinela como presentadores de tv, reporteros y locutores.

### 3.6.1.1. Pre producción

Es la fase más importante del proceso de producción en el que se da a conocer el acto creativo, es decir, la actividad en la cual se recolecta nuevas propuestas e ideas que son necesarias para la construcción de nuevos programas o el mejoramiento de los ya existentes.

**Tabla 7.** Pre producción de Centinela Producciones

ACTO CREATIVO	GRABACIÓN	EQUIPOS TÉCNICOS	TALENTO HUMANO	LOCACIÓN
Reunión semanal implementada en las políticas de comunicación con la administración.	Cultos dominicales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tres cámaras ubicadas en primer ángulo central, segunda cámara ángulo izquierdo y tercera cámara ángulo derecho.</li> <li>Un ordenador para captura de la grabación y proyección multimedia del contenido a exponer.</li> <li>Grabador de CD para la captura del ordenador.</li> <li>Consola de sonido.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tres camarógrafos.</li> <li>Jefe de Piso</li> <li>Encargado de multimedia.</li> <li>Asistente de producción.</li> <li>Expositor.</li> </ul>	Templo ICBC
	Culto parejas			
	Culto de jóvenes.			

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un micrófono inalámbrico.</li> </ul>		
Reunión semanal previa a la grabación con el grupo de colaboradores de la parte creativa.	Charla para jóvenes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dos cámaras ubicada en ángulo central y una cámara suelta que capta todos los ángulos.</li> <li>• Un ordenador para la captura de la grabación.</li> <li>• Un micrófono inalámbrico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dos camarógrafos</li> <li>• Jefe de Piso</li> <li>• Reportero</li> <li>• Asistente de producción.</li> <li>• Presentador.</li> </ul>	Salón Josué
	Aprendiendo a vivir (Programa de reflexión)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dos cámaras ubicada en ángulo central y una cámara suelta que capta todos los ángulos.</li> <li>• Un ordenador para la captura de la grabación.</li> <li>• Un micrófono de corbata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un camarógrafo</li> <li>• Productora</li> <li>• Presentador</li> </ul>	Set de grabación 1
Reunión semanal implementada en las políticas de comunicación con	Semillas de Gozo (Culto series)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tres cámaras</li> <li>• Un ordenador para captura de la grabación y proyección multimedia del contenido a</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tres camarógrafos.</li> <li>• Jefe de Piso</li> <li>• Encargado de</li> </ul>	Templo ICBC

la administración.  Reunión semanal previa a la grabación con el grupo de colaboradores de la parte creativa.		exponer.	multimedia.	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grabador de CD para la captura del ordenador.</li> <li>• Consola de sonido.</li> <li>• Un micrófono inalámbrico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistente de producción.</li> <li>• Expositor.</li> </ul>	
	Ensanchemos nuestra tienda (Culto de campaña misionera)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dos cámaras ubicadas en ángulo central y una cámara suelta que capta todos los ángulos.</li> <li>• Un ordenador para la captura de la grabación.</li> <li>• Un micrófono de corbata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un camarógrafo</li> <li>• Productora</li> <li>• Presentador</li> </ul>	Set de grabación 1
	Tiempo de Cosecha (Programa de reflexión)			
	Betesda Crece (spots de reflexión)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un camarógrafo</li> <li>• Productora</li> <li>• Actores</li> </ul>	Instalaciones de ICBC



	Compartiendo Milagros (Programa de reflexión)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un camarógrafo</li> <li>• Productora</li> <li>• Presentador</li> <li>• Asistentes/Actores</li> </ul>	Set de grabación
	M400Betsda (Programa de misiones)			Anexas ICBC

**Nota:** Desarrollo del proceso de pre producción del acto creativo.

### 3.6.1.2. Producción

Se pone en práctica cada propuesta e idea del acto creativo ya planificado en la pre producción con el objetivo de llevar lo a cabo el proceso técnico de producción con los programas ya existentes dentro de la parrilla de programación de BTV.

**Tabla 8.** Producción de Centinela Producciones

ACTIVIDAD/ GRABACIÓN	MEDIO	LOCACIÓN/SET GRABACIÓN	DÍA	HORARIO	DURACIÓN	PERÍODO
Cultos dominicales	BTV Multimedia web: La Palabra del domingo	Templo ICBC	Domingos	7:30 am a 9:30 am	2 horas	Mayo 4-11-18-25 Junio 1-8-15-22-29 Julio 6-13-20-27 Agosto 3-10-17-24-31 Septiembre 7-14-21-28 Octubre 5-12-19-26 Noviembre 2-9-16-23-30 Diciembre 7-14-21-28
Culto de Parejas	Multimedia web: eventos	Templo ICBC	Martes	19:30 pm a 8:30 pm	1 hora	Abril 22 Junio 24 Agosto 26

	Betsda					Octubre 28
Culto de Jóvenes		Templo ICBC	Sábados	6:30 pm a 8:00 pm	1 hora	2 semestres Enero a Junio Julio a Diciembre
Charla para jóvenes	BTV Multimedia web	Salón Josué	Domingo	10:30 am a 11:30 am		Junio 21 Agosto 16 Noviembre 15
Aprendiendo a vivir		Set de grabación	Martes	10:00 am a 13:00 pm	15 minutos cada programa	Mayo 6 Junio 3 Julio 1 Agosto 5 Septiembre 2 Octubre 7 Noviembre 4
Semillas de Gozo		Templo ICBC	Domingo	7:30 am a 9:30 am	1 hora	Depende del tema a tratar en los cultos dominicales.
Ensanchemos nuestra tienda						
Tiempo de cosecha		Set de grabación	Jueves	10:00 am a 12:00 pm	15 minutos cada programa	Mayo 8 Junio 5 Julio 3 Agosto 7

						Septiembre 4 Octubre 2 Noviembre 6
Betesda Crece		Instalaciones ICBC	Sábado	10:00 am a 11:00 am	5 minutos cada spots.	Mayo 3 Junio 7 Julio 5 Agosto 9 Septiembre 6 Octubre 4 Noviembre 8
Compartiendo Milagros	BTV Multimedia web	Set de grabación	Sábado y Domingo	10 am a 12:00 pm	5 minutos cada spots.	Mayo 4 Julio 6 Septiembre 7 Noviembre 9
M400Betesda		Instalaciones de anexas	Dependiendo del día de reunión	Sin horario fijo	20 minutos cada documental.	Mayo 1 al 3

**Nota:** Resultado obtenidos en la producción de Centinela Producciones.

### 3.6.1.3. Post producción

Se lleva a la etapa final de selección del material producido para proceder a su publicación, a través, de los medios disponibles en este caso por medio de las frecuencias del sitio web.

**Tabla 9.** Post producción de Centinela Producciones

MATERIAL GRABADO	CAPTURA DE TOMAS		EDICIÓN		PUBLICACIÓN		
	Día	Hora	Día	Hora	Día	Hora	Frecuencia
Cultos dominicales	Domingo	7:30 a 9:30 am	Lunes	8:30 a 10:30 am	Un día después de la edición.	Sin horario de publicación, ininterrumpida las 24 horas en la programación de BTV. Permanente para descarga y ver online en multimedia web.	BTV y Multimedia web: <a href="http://www.iglesiacristianabesda.org">www.iglesiacristianabesda.org</a>
Cultos de pareja	Martes	19:30 a 20:30 pm	Miércoles				
Culto de jóvenes	Sábado	9:30 a 8:00 pm	Martes				
Charla para jóvenes		10:00 a 12:00 pm	Jueves				
Aprendiendo a vivir	Miércoles	10:00 a 11:00 pm	Jueves	11:30 a 16:00 pm	Martes		
Semillas de gozo	Domingo	13:00 a 14:00 pm	Martes		Lunes		

Ensanchemos nuestra tienda	Domingo	9:30 a 8:00 pm	Miércoles		Lunes		
Tiempo de cosecha	Jueves	14:00 a 16:00 pm	Viernes		Miércoles		
Betsda Crece	Lunes	11:00	Viernes		Viernes		
Compartiendo Milagros	Lunes	9:00 a 11:00 am	Lunes		Jueves		
M400 Betsda	Martes		Viernes		Lunes		

**Nota:** Resultado de la pre producción y producción de Centinela Producciones.

### 3.6.1.4. Boletín Dominical

- **Pre producción**

En el boletín dominical consta todos los anuncios en video y animación a realizarse cada semana en Betesda Central, los cuales deben pasar por el acto creativo cada semana de promover nuevas ideas que impacten al público.

**Tabla 10.** Pre producción del boletín dominical

ACTO CREATIVO	GRABACIÓN	EQUIPOS TÉCNICOS	TALENTO HUMANO	LOCACIÓN
Reunión semanal con el equipo de trabajo Centinela Producciones y con colaboradores en la parte de publicidad y diseño.	Anuncios dominicales de las actividades a realizarse cada mes en la ICBC.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una cámara para captura de tomas necesarias en la utilización de la propuesta creativa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productor del anuncio</li> <li>• Editor del anuncio</li> </ul>	Cabina de Producción de Centinela Producciones.
	Anuncios dominicales de las actividades ministeriales de los grupos de apoyo y grupos homogéneos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un micrófono para la grabación de audio.</li> <li>• Un ordenador para la edición.</li> </ul>		

	Spots publicitarios de festivales actividades extras en referencia a una fecha trascendental como feriados y otras celebraciones.			
	Audio de los anuncios, promos y spots publicitarios.			

**Nota:** Resultados de la pre producción del boletín dominical.



- **Producción**

Pasar al proceso de grabación de audio y video de cada spots, anuncio y menciones de las actividades y eventos de Betesda Central.

**Tabla 11.** Producción del boletín dominical

ACTIVIDAD/ GRABACIÓN	MEDIO	LOCACIÓN/SET GRABACIÓN	DÍA	HORARIO	DURACIÓN	PERÍODO
Boletín Dominical	BTV y Multimedia dominical	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cabina de Producción Centinela producciones.</li> <li>• Set de grabación Centinela Producciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Depende del cronograma de actividades a realizarse en la ICBC.</li> <li>• Tres semanas previas de preparación.</li> </ul>	Lunes a Jueves de 8:am a 16:00pm	4 días de edición.  30 segundos por cada anuncio.	Mayo 4-11-18-25 Junio 1-8-15-22-29 Julio 6-13-20-27 Agosto 3-10-17-24-31 Septiembre 7-14-21-28 Octubre 5-12-19-26 Noviembre

						2-9-16-23- 30 Diciembre 7-14-21-28
--	--	--	--	--	--	---

**Nota:** Resultados de la producción del boletín dominical.

- **Post producción**

El producto final de la grabación, el cual tiene que tener una duración de 5 minutos como máximo se trasmite a través de los proyectores ubicados en el templo para que sean observados por toda la congregación el día domingo.

**Tabla 12.** Post producción del boletín dominical

<b>MATERIAL GRABADO</b>	<b>CAPTURA DE TOMAS</b>		<b>EDICIÓN</b>		<b>PUBLICACIÓN</b>		
	<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Frecuencia</b>
Boletín dominical	Lunes a Jueves	8:30 a 16:00 pm	Lunes a Jueves	8:30 a 16:00 pm.	Tres domingos antes del evento a realizar.	7:30 am; 9:30 am y 12 pm.	Multimedia dominical y sitio web.

**Nota:** Resultados de la pre producción y producción del boletín dominical.

### 3.6.1.5. Noti Betesda

- **Pre producción**

El Noti Betesda nace del acto creativo de plasmar un resumen de todas las noticias y resultados de las actividades realizadas en Betesda Central y llevar a proceso de grabación.

**Tabla 13.** Pre producción del Noti Betesda

ACTO CREATIVO	GRABACIÓN	EQUIPOS TÉCNICOS	TALENTO HUMANO	LOCACIÓN
Reunión semanal con el equipo de trabajo Centinela Producciones y con colaboradores en la parte de publicidad y diseño.	Anuncio resumen de las actividades realizadas a finales de cada mes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una cámara para captura de tomas necesarias en la utilización de la propuesta creativa.</li> <li>• Un micrófono para la grabación de audio.</li> <li>• Un micrófono de corbata para uso del presentador.</li> <li>• Un ordenador para la edición y captura de la grabación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productor del anuncio</li> <li>• Editor del anuncio</li> <li>• Presentador del Noti Betesda.</li> </ul>	Cabina de Producción de Centinela Producciones. Set de grabación para cromar de Centinela Producciones.

**Nota:** Resultados de la pre producción del Noti Betesda.

- **Producción**

El proceso de grabación de las actividades del Noti Betesda se realizan en conjunto con colaboradores de los grupos de apoyo quienes desean participar en las grabaciones como presentadores de un formato noticiero.

**Tabla 14.** Producción del Noti Betesda

ACTIVIDAD/ GRABACIÓN	MEDIO	LOCACIÓN/SET GRABACIÓN	DÍA	HORARIO	DURACIÓN	PERÍODO
Noti Betesda	BTV y Multimedia dominical.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cabina de Producción Centinela producciones.</li> <li>• Set de grabación Centinela Producciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una vez al mes.</li> <li>• Una semana previa de preparación ..</li> </ul>	Domingo 9:30 am a 10:30 am.	1 hora de grabación. 5 minutos de programa.	Mayo 25 Junio 29 Julio 27 Agosto 31 Septiembre 28 Octubre 26 Noviembre 30 Diciembre 28

**Nota:** Resultados de la producción del Noti Betesda.

- **Post producción**

Adicional a la frecuencia al trasmitirse el Noti en los cultos dominicales por medio de dos proyectores multimedia se los sube al sitio web en la pestaña de inicio al abrir la página.

**Tabla 15.** Pos producción del Noti Betesda

<b>MATERIAL GRABADO</b>	<b>CAPTURA DE TOMAS</b>		<b>EDICIÓN</b>		<b>PUBLICACIÓN</b>		
	<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Frecuencia</b>
Noti Betesda	Domingo	9:30 a 10:30 pm	Lunes a Jueves	8:30 a 16:00 pm.	El último domingo de cada mes.	7:30 am; 9:30 am y 12 pm.	Multimedia dominical y sitio web.

**Nota:** Resultados de la pre producción y producción del Noti Betesda.

### **3.6.2. Diseño Gráfico y Editorial**

El medio en el que se plantea el diseño gráfico en Betesda Central se enfoca en dirección al cumplimiento de la visión, misión y principios establecidos. El mensaje es direccionado por medio del arte creativo impreso que es visible de forma temporal en las carteleras, pulpos informativos, boletines dominicales, pancartas y revista en la organización, permitiendo una comunicación directa ante los asistentes semanales.

El área de diseño y editorial se encuentran conectados para llevar la misma cromática en cada publicación de los boletines dominicales y la revista anual evitando así que se pierda la comunicación del mensaje central a transmitir.

En la parte gráfica se cuenta con el trabajo personal del diseñador quien se encarga de plasmar el mensaje establecido, a través de las peticiones requeridas por la administración del departamento de comunicaciones y jefes directos de Betesda Central.

Además, la editorial cuenta con cinco colaboradores activos que se encargan de poner sus conocimientos laborales al servicio de la producción de la revista anual.

El diseño se define por medio de la proyección, coordinación, selección y organización de todo el conjunto de elementos a proyectar a través del acto creativo.

#### **3.6.2.1. Proceso creativo**

El proceso creativo como tal surge de propuestas nuevas y opiniones dadas en las reuniones con el área Administrativa del departamento de comunicaciones en el que se determina un mensaje en particular el cual se desea transmitir con el diseño impreso a realizar, al ser aprobada la propuesta esta es plasmada con un nombre del evento como por ejemplo "Pulpos informativos" estos anuncios son impresos en material A3 para la vista de toda la congregación en carteleras en forma de pulpo.

**Tabla 16.** Proceso creativo del diseño gráfico

ACTO CREATIVO	DISEÑO	EQUIPOS TÉCNICOS	TALENTO HUMANO	LOCACIÓN
Reunión semanal con la administración de Betesda comunicaciones para determinar lineamientos y cromática requerida para cada diseño.	Boletín dominical	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un ordenador exclusivo para diseño gráfico.</li> <li>• Servicios de imprenta para impresión y tiraje.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñadora Gráfica.</li> <li>• Editores.</li> <li>• Lectores.</li> <li>• Correctores de texto.</li> </ul>	Betesda Comunicaciones.
	Pulpos informativos			
	Pancarta anual de Misiones			
	Logos de Grupos de Apoyo y Grupos homogéneos.			
	Logos de los programas de BTV			
	Revista anual ICB			

**Nota:** Proceso del acto creativo en el diseño gráfico.



### 3.6.2.2. Diseño

El proceso de diseño va ligado al proceso creativo en crear los bocetos del diseño y plasmarlos en la ejecución de cada actividad y evento.

**Tabla 17.** Proceso del diseño gráfico

DISEÑO	MEDIO	LOCACIÓN	DÍA	HORARIO	DURACIÓN	PERÍODO
Boletín dominical	Impreso	<ul style="list-style-type: none"> <li>Betesda Comunicaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lunes a viernes.</li> </ul>	8:30 am a 16:00 pm.	Depende del número de actividades a realizar en la semana verificada en el cronograma semestral.	Mayo 4-11-18-25
Pulpo informativo						Junio 1-8-15-22-29 Julio 6-13-20-27 Agosto 3-10-17-24-31 Septiembre 7-14-21-28 Octubre 5-12-19-26 Noviembre 2-9-16-23-30 Diciembre 7-14-

						21-28
Logos de Grupos de Apoyo y Grupos homogéneos.	Impreso y material digital de uso web.	<ul style="list-style-type: none"><li>Betesda Comunicaciones.</li></ul>	Lunes a viernes	8:30 am a 16:00 pm	Anual	Anual
Logos de los programas de BTV						
Revista anual ICB	Impreso					
Pancarta anual de misiones						

**Nota:** Resultados del proceso de diseño gráfico

### 3.6.2.3. Publicación

La publicación de los diseños se basan en el material de la impresión de cada boletín, pulpo informativo y banner en el que se determina el tamaño y el lugar donde se va a colocar el anuncio.

**Tabla 18.** Publicación del diseño gráfico

MATERIAL DE DISEÑO	REVISIÓN GRÁFICA Y CORRECCIÓN DE TEXTO		IMPRESIÓN		NÚMERO DE IMPRESIONES	PUBLICACIÓN		
	Día	Hora	Día	Hora		Día	Hora	Frecuencia
Boletín dominical Tríptico	Jueves	9:30 am	Jueves	16:00 pm	1 000 semanales	El último domingo de cada mes.	7:30 am; 9:30 am y 12 pm.	Cultos dominicales
Pulpo informativo y Anuncios impresos en A3 de actividades de diez grupos de apoyo, cinco grupos	Viernes	10:00 am	Viernes	14:00	6 semanales	Sábado y Domingo	Indefinido	Pulpos informativos y carteleras

homogéneos y eventos generales de Betesda Central.								
Logos de grupos de apoyo y grupos homogéneos.	Miércoles	12:00 am					24 horas	Sitio web: multimedia web y BTV
Logos de programas de BTV.	Miércoles	14:00 pm					24 horas	Sitio web: multimedia web y BTV
Revista Anual ICBC	Lunes	8:30 a 12:00 pm	Anual		2 000 anual	Domingo	7:30 am; 9:30 am y 12 pm.	Cultos dominicales
Pancarta anual de misiones.	Martes	8:30 a 12:00 pm	Anual		Dos pancartas	Domingo	Indefinida	Anual

**Nota:** Resultados del acto creativo y del proceso del diseño gráfico.

### **3.6.3. Sitio web**

A partir del dominio y el hosting se realiza una gestión de contenidos por medio del programa Joomla donde se anida los servicios, adicional es necesario el uso de otros servidores a los cuales son anidados la radio y la televisión online.

El plugins showcase para la radio y el trasmisor sam broadcaster que es el encargado de decodificar la señal y el audio y así salga de manera ligera hacia los ordenadores y demás dispositivos electrónicos: androide, iPhone, Blackberry, Nokia, etc.

Además, para la televisión se usa el servidor livestream el cual decodifica la señal de la imagen que es más pesada permitiendo que la señal llegue a todo el mundo y así se pueda disfrutar de la programación de BTV y los programas de multimedia web.

Hasta el momento el portal web ha llegado a 700 mil personas anualmente y más de 110 países en todo el mundo y se registra 5000 descargas anuales.

### 3.6.3.1. Producción tv

- **Pre producción**

Los programas que son dirigidos únicamente para la publicación en el sitio web también pasan por el proceso creativo en cuanto a la recopilación de nuevas ideas, propuestas de diseño y edición para su renovación o creación.

**Tabla 19.** Pre producción del sitio web

ACTO CREATIVO	GRABACIÓN	EQUIPOS TÉCNICOS	TALENTO HUMANO	LOCACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reunión semanal implementada en las políticas de comunicación con la administración.</li> <li>• Reunión semanal previa a la grabación con el grupo de</li> </ul>	Cuando dos son uno (programa para parejas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dos cámaras ubicadas en toma general y en plano medio izquierdo.</li> <li>• Un ordenador para capturar la grabación</li> <li>• Un micrófono de corbata.</li> <li>• Dos luces de set</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un camarógrafo</li> <li>• Un productor</li> <li>• Presentador</li> </ul>	Set de grabación

colaboradores de la parte creativa.				
	La Biblia con Lululeto (programa para niños)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dos cámaras ubicadas en toma general y en plano medio izquierdo.</li> <li>• Un ordenador para capturar la grabación</li> <li>• Un micrófono de corbata.</li> </ul> <p>Dos luces de set</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un camarógrafo</li> <li>• Un productor</li> <li>• Presentador</li> </ul>	Set de grabación
	Jóvenes ICBC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una cámara suelta</li> <li>• Un micrófono inalámbrico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un camarógrafo</li> <li>• Un reportero</li> </ul>	Exteriores
	Grupo de apoyo ministerial Ejército de Dios (EDD)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una cámara suelta (salidas evangelistas).</li> <li>• Un micrófono</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un camarógrafo</li> <li>• Un reportero</li> <li>• Tres camarógrafos</li> </ul>	Exteriores Templo ICBC

		<p>inalámbrico (salidas evangelistas).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tres cámaras, la principal en toma general, la secundaria en plano medio izquierdo, la tercera en plano medio derecho. (festivales artísticos)</li> <li>• Una cámara suelta. (festivales artísticos)</li> <li>• Un ordenador para capturar la grabación(festivales artísticos)</li> <li>• Juego de luces</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un jefe de piso</li> <li>• Un productor</li> <li>• Técnico de consola de audio</li> </ul>	
--	--	---	--	--



		<p>del templo ICBC. (festivales artísticos)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tres micrófonos ambientales. (festivales artísticos)</li> <li>• Un micrófono inalámbrico. (festivales artísticos)</li> <li>• Una consola de sonido.</li> </ul> <p>Un juego de luces de set del templo ICBC. (festivales artísticos)</p>		
--	--	--	--	--

**Nota:** Resultado de la pre producción del sitio web.

- **Producción**

Basado en el medio de publicación de los programas en la producción se enfoca sobre todo seguir una línea de grabación más sencilla en formato croma, pero con más detalles de edición.

**Tabla 20.** Producción del sitio web

ACTIVIDAD/ GRABACIÓN	MEDIO	LOCACIÓN/SET GRABACIÓN	DÍA	HORARIO	DURACIÓN	PERÍODO
Cuando dos son uno	BTV y Multimedia dominical.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Set de grabación Centinela Producciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Martes</li> <li>• Una vez cada mes</li> </ul>	Martes de 9:00 am a 11:00 am	1 hora de grabación. 10 minutos por cada programa.	Enero 3 Febrero 4 Marzo 18 Abril 3 Mayo 6 Junio 3 Julio 8 Agosto 5 Septiembre 2 Octubre 7 Noviembre 4

La Biblia con Lululeto	BTV y Multimedia dominical.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Set de grabación Centinela Producciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sábado</li> <li>Cada tres meses.</li> </ul>	Sábado 9 am a 12:00 pm	1 hora de grabación. 20 minutos por cada programa.	Abril 12 Julio 5 Octubre 4
Eventos Betesda (Culto de parejas y culto de jóvenes)	Multimedia web	<ul style="list-style-type: none"> <li>Templo ICBC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Martes y Sábados</li> </ul>	Martes 19:00 pm Sábado 18:30 pm	2 horas de grabación. 1 hora de programa.	
Docu Betesda (festivales EDD, recital JUDA y documentales de anexas)	Multimedia web	<ul style="list-style-type: none"> <li>Templo ICBC</li> <li>Casa de la música</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Viernes: Festival Semana Santa "Memorias de Jesús".</li> <li>Viernes: Festival de</li> </ul>	Festivales: 17:00 pm a 19:00 pm Recital: 18:30 pm a 20:30 pm	2:30 horas de grabación. 1:30 hora de programa.	Abril 18 Diciembre 19 Diciembre 20

			Navidad <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sábado: Recital JUDA "Volviendo a casa".</li> </ul>			
Jóvenes ICBC	Multimedia web Facebook: Betesda Comunicaciones Grupo Jóvenes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Set de grabación Centinela Producciones. (anuncios y promos).</li> <li>• Exteriores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Miércoles</li> <li>• Sábado</li> </ul>	Miércoles 17:30 pm a 18:00 pm Sábado 14:00 pm a 14:30 pm	30 minutos de grabación para anuncios y promos.	2 semestres Enero a Junio Julio a Diciembre
Ejército de Dios ICBC	Multimedia web Facebook: Grupo Ejército de Dios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Set de grabación Centinela Producciones. (anuncios y promos).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viernes</li> <li>• Sábado</li> <li>• Domingo</li> </ul>	Viernes 17:00 pm Sábado 15:00 pm Domingo 10:00 am	2 horas en festivales 1 hora en salidas evangelistas	Abril 18 Mayo 2 Agosto 4 al 24 de agosto misiones el Salvador

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Templo ICBC</li> <li>• Exteriores</li> </ul>				Diciembre 19
--	--	---	--	--	--	--------------

**Nota:** Resultados de la producción del sitio web.

- **Postproducción**

Ya en la publicación de los programas estos al ser dirigidos solo al sitio web tienen la opción de que sean vistos permanentemente para ser descargados por el usuario.

**Tabla 21.** Post producción del sitio web

<b>MATERIAL GRABADO</b>	<b>CAPTURA DE TOMAS</b>		<b>EDICIÓN</b>		<b>PUBLICACIÓN</b>		
	<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Frecuencia</b>
Cuando dos son uno	Miércoles	9:30 a 10:30 pm	Lunes a Jueves	8:30 a 16:00 pm	Lunes	9:30 am permanente en multimedia web Durante los clips de producción sin horario fijo.	BTV y Multimedia web.
La Biblia con Lululeto	Lunes	10:30 a 12:30 pm.	Lunes a Jueves	8:30 a 16:00 pm	Martes	9:30 am permanente en multimedia	BTV y Multimedia web.

						web Durante los clips de producción sin horario fijo.	
Eventos Betesda (Culto de parejas y culto de jóvenes)	Miércoles	13:30 a 16:00 pm	Lunes a Jueves	8:30 a 16:00 pm	Jueves	12:30 am permanente en multimedia web.	Multimedia web
Docu Betesda (festivales EDD, recital JUDA y documentales de anexas)	Jueves	9:30 a 10:30 pm	Lunes a Jueves	8:30 a 16:00 pm	Viernes	11:30 am permanente en multimedia web.	Multimedia web
Jóvenes ICBC	Lunes	14:00 a 16:00 pm	Lunes a Jueves	8:30 a 16:00 pm	Martes	10:00 am permanente en multimedia web.	Multimedia web y Grupo de Facebook Jóvenes Betesda.

Ejército de Dios ICBC	Viernes	9:30 a 13:00 pm	Lunes a Jueves	8:30 a 16:00 pm	Lunes	9:30 am permanente en multimedia web.	Multimedia web y Grupo de Facebook EDDC Y Ejército de Dios.
-----------------------	---------	--------------------	-------------------	--------------------	-------	--	---

**Nota:** Resultados de pre producción y producción del sitio web.



### **3.6.3.2. Multimedia web**

- **Publicación de programas en Multimedia**

Multimedia web está destinado para la transmisión de todos los productos de grabación y televisión a ser publicados en el sitio web.

En este punto de la parrilla de programación se determina fechas de publicación del producto final de grabación y edición y que estos estén permanentes las 24 horas en la programación para uso de descarga, ver online o ser sintonizado en BTV.

PROGRAMAS DE TV ONLINE	PUBLICACIÓN			MEDIO	FORMATO	COMPRESOR	SUBIR A LA WEB	COMPARTIR EN LA WEB
	Día	Hora	Frecuencia					
La Palabra del Domingo	Lunes	10:00 am	Permanente para descargar y ver online en la pestaña de multimedia web las 24 horas al día.	Multimedia web y BTV.	Web optimized m4v	HandBrake	FileZilla: Gestor de archivos web	Joomla: administrador de archivos web
Aprendiendo a Vivir	Martes	9:00 am						
Ensanchemos nuestra tienda	Lunes	11:00 am						
Semillas de Gozo	Lunes	12:00 am						
Cuando dos son uno	Lunes	14:00 pm						
Tiempo de cosecha	Miércoles	9:00 am						
Betesda Crece	Viernes	8:00 am						
La Biblia con Lululeto	Martes	14:00 pm						
Compartiendo Milagros	Jueves	11:00 am						
M400 Betesda	Lunes	13:00						

		pm						
Eventos Betesda	Jueves	9:00 am		Multimedia web				
Docu Bethesda	Viernes	10:00 am						

### 3.6.3.3. Bethesda televisión online (BTV)

- **Programación BTV**

En la programación de BTV todos los programas son destinados a ser fijados en una hora específica durante los cinco primeros días de la semana y es cambiante el sábado y domingo. La programación rota las 24 horas para ser vista en cualquier país conectado.

**Tabla 23.** Programación BTV

PROGRAMAS PARA BTV	PUBLICACIÓN				FORMATO	COMPRESOR	SUBIR A LA WEB	COMPARTIR EN LA WEB
Programas de Betesda	Día	Hora	Duración	Frecuencia (una vez al mes)				
La Palabra del Domingo	Lunes a Viernes	9:30 am	1:30 hora	BTV y Multimedia web.	Mp4	HandBrake	FileZilla: Gestor de archivos web	Joomla: administrador de archivos web.  Livestream: decodificador de imagen.
	Sábado y Domingo	11 am						
Aprendiendo a Vivir	Lunes a Viernes	13:00 am	30 minutos					
	Sábado y Domingo	14:30 am						
Tiempo de Cosecha	Lunes a Viernes	15:00 pm	20 minutos					
	Sábado y Domingo	15:00 pm						
Ensanchemos nuestra tienda	Lunes a Viernes	16:00 pm	1:30 hora					

		Sábado y Domingo	16:00 pm						
Semillas de Gozo		Lunes a Viernes	17:30 pm	1:30 hora					
		Sábado y Domingo	17:30 pm						
<b>Programas amigos</b>									
<b>Lista</b>	<b>Descarga</b>								
Finanzas	You tube compra online.	Lunes a Viernes	18:00 pm	1 hora					
		Sábado y Domingo	19:00 pm						
Club 700	You tube compra online.	Lunes a Viernes	19:30 pm	1 hora					
		Sábado y Domingo	20:30 pm						
Videos musica	You tube compra online.	Lunes a Viernes	8:30 am	1 hora		Mp4	HandBrake	FileZilla: Gestor de archivos web	Joomla: administrador de archivos web. Livestream: decodificador de
		Sábado y Domingo	8:00 am						
Reflexión	You	Lunes a	21:00	1 hora					

Joyce Meyer	tube compra online.	Viernes	pm							imagen
		Sábado y Domingo	22:00 pm							

**Nota:** Determinación de horarios en la programación de BTV.

### 3.6.3.4. Clips de programación BTV (espacio publicitario)

Los clips de programación son las claquetas de aviso de programas que se están transmitiendo en ese instante, los programas por venir y los espacios publicitarios donde se anuncia clubs cristianos y se dan mensajes de la misma índole pero no de parte de Betesda Central sino grupos externos con un tiempo corto de 5 a 8 minutos como máximo entre programas.

**Tabla 24.** Clips de programación y espacio publicitario BTV

CLIPS	PUBLICACIÓN				FORMATO	COMPRESOR	SUBIR A LA WEB	COMPARTIR EN LA WEB
Clips de Betesda	Día	Hora	Duración	Frecuencia (una vez a la semana)				
Cuando dos son uno	Lunes a Domingo	9:30 a 10:00 am 10:00 a 10:30	8 minutos	BTV	Mp4	HandBrake	FileZilla: Gestor de archivos web	Joomla: administrador de archivos web. Livestream:

La Biblia con Lululeto	Lunes a Domingo	13:00 am a 13:30 14:30 a 15:00 pm	8 minutos					decodificador de imagen.
Betesda Crece	Lunes a Domingo	15:00 a 15:30 pm 16.00 a 17:00 pm	5 minutos					
Noti Betesda	Lunes a Domingo	16:00 a 17:00 pm 17:00 a 17:30 pm	5 minutos					
Boletín Dominical	Lunes a Domingo	17:30 pm 17:30	5 minutos					



			pm						
Programas amigos									
Lista	Descarga								
Proyecto GTG	You tube compra online.	Lunes a Domingo	18:00 a 18:30 pm 18:30 a 19:00 pm	5 minutos					
3 Cada día	Youtube compra online.	Lunes a Domingo	19:30 a 20:30 pm	3 minutos		Mp4	HandBrake	FileZilla: Gestor de archivos web	Joomla: administrador de archivos web.  Livestream: decodificador de imagen
Theskitg uys	Youtube compra online.	Lunes a Domingo	8:00 a 8:30 a 9:00 am	5 minutos					
Dan Stevers	Youtube compra online.	Lunes a Domingo	21:00 a 21:30 y 22:00 pm	3 minutos					

**Nota:** Programación de los clips de BTv.

### 3.6.3.5. Betesda Quito Radio (BQR)

- **Pre producción**

La pre producción en la radio tiene una estructura similar al acto creativo tanto de la televisión como el diseño gráfico. En el acto creativo se procede a crear nuevas cuñas, spots y adicional escoger locutores.

**Tabla 25.** Pre producción de BQR

ACTO CREATIVO	GRABACIÓN	EQUIPOS TÉCNICOS	TALENTO HUMANO	LOCACIÓN
Reunión semanal con el equipo de trabajo de BQR y la administración del Departamento de Comunicaciones para la selección de música y sus géneros.	La Pluma de la hermana Alicia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dos micrófonos para grabación de audio y locución</li> <li>• Un ordenador para la edición.</li> <li>• Una consola de audio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productor del programa.</li> <li>• Editor del programa.</li> <li>• Locutor.</li> </ul>	Cabina de sonido BQR.
	Cuando dos son uno (audio)			
	Cuñas Publicitarias			

	Programación musical (música solo cristiana para todos los géneros en edad y sexo).			
--	--	--	--	--

**Nota:** resultados de la pre producción de BQR.

- **Producción**

Se procede a la grabación de cada cuña, spots, y programas de locución ya escogidos para la transmisión en la radio.

**Tabla 26.** Producción de BQR

ACTIVIDAD/ GRABACIÓN	MEDIO	LOCACIÓN/SET GRABACIÓN	DÍA	HORARIO	DURACIÓN	PERÍODO
La Pluma de la hermana Alicia	BQR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cabina de audio BQR.</li> </ul>	Martes	10:30 am a 11:30 am.	1 hora de grabación. 5 minutos por cada de programa.	Mayo 6 Junio 3 Julio 1 Agosto 5 Septiembre 2 Octubre 7 Noviembre 4 Diciembre 2

Cuando dos son uno	BTV, Multimedia web y BQR	<ul style="list-style-type: none"> <li>Set de grabación Centinela producciones.</li> </ul>	Martes	9:00 am a 11:00 am	2 horas de grabación. 10 minutos por cada programa.	Enero 3 Febrero 4 Marzo 18 Abril 3 Mayo 6 Junio 3 Julio 8 Agosto 5 Septiembre 2 Octubre 7 Noviembre 4
Cuñas Publicitarias	BQR	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cabina de audio BQR.</li> </ul>	Sábado	15:00 pm a 17:00 pm	30 minutos de grabación.	Enero 4 Junio 7 Diciembre 6

Programación musical		<ul style="list-style-type: none"> <li>Cabina de audio BQR.</li> </ul>	Sábado	15:00 pm a 17:00 pm	2 horas de selección musical.	Mayo 3, 10, 17, 24, 31. Junio 7, 14, 21, 28. Julio 5, 12, 19, 26. Agosto 2, 9, 16, 23, 30. Septiembre 6, 13, 20, 27. Octubre 4, 11, 18, 25. Noviembre 1, 8, 15, 22, 29. Diciembre 6, 13, 20, 27.
----------------------	--	--	--------	---------------------	-------------------------------	---

**Nota:** Resultados de la producción de BQR.

---

- **Postproducción**

Todos los programas que ya han pasado el proceso de producción se convierten en el material grabado el cual se lo estructura dentro de la programación de BQR para su transmisión durante las 24 horas.

**Tabla 27.** Post producción de BQR

MATERIAL GRABADO	CAPTURA DE AUDIO		EDICIÓN		PUBLICACIÓN		
	Día	Hora	Día	Hora	Día	Hora	Frecuencia
La Pluma de la hermana Alicia	Miércoles	9:30 a 10:30 pm	Lunes a Viernes	16.00 pm	Lunes a Domingo	6:00 am a 22:00 pm.	BQR
Cuando dos son uno	Miércoles	9:30 a 10:30 pm	Lunes a Viernes	16.00 pm	Lunes a Domingo	6:00 am a 22:00 pm.	BTV, Multimedia web y BQR.
Cuñas Publicitarias	Sábado	17:00 pm	Lunes a Viernes	16.00 pm	Lunes a Domingo	6:00 am a 22:00 pm.	BQR

Programación musical	Sábado	17.30 pm	Lunes a Viernes	16.00 pm	Lunes a Domingo	6:00 am a 22:00 pm.	BQR
----------------------	--------	----------	--------------------	----------	--------------------	------------------------	-----

**Nota:** Resultados de la pre producción y producción de BQR



- **Programación BQR**

Se detalla la programación de BQR durante las 24 horas.

**Tabla 28:** Programación radial de BQR

CANAL	PROGRAMAS	DÍA	HORARIO	COLOCACIÓN	DURACIÓN	PERIODO	FORMATO	COMPARTIR EN LA WEB
Radio Betesda Windows media.  Radio Betesda Quicktime .	Cuando dos son uno	Lunes a Domingo	7:00 am a 8:00 am 16:00 pm a 17:00 pm	10 programas diarios.	10 minutos por cada programa.	Enero 3 Febrero 4 Marzo 18 Abril 3 Mayo 6 Junio 3 Julio 8 Agosto 5 Septiembre 2 Octubre 7 Noviembre 4	Mp3	Joomla: administrador de archivos web.  Showcase y Broadcaster: para decodificar el audio a los trasmisores androide, iPhone, blackberry y Nokia.
	La Pluma de la hermana Alicia	Lunes a Domingo	9:00 am a 10:00 am	20 programas diarios.	5 minutos por cada	Mayo 6 Junio 3		

			17:00 pm a 18:00 pm		programa.	Julio 1 Agosto 5 Septiembre 2 Octubre 7 Noviembre 4 Diciembre 2		
	Cuñas Publicitarias	Lunes a Domingo	Entre programas y programaci ón musical.	30 cuñas publicitarias.	30 segundos por cada cuña.	Enero 4 Junio 7 Diciembre 6		
	Programación musical	Lunes a Domingo	8:00 am a 9:00 pm 10:00 am a 17:00 pm 18:00 pm a 7:00 am	200 a 300 canciones diarias.	30 minutos en cada bloque de género musical.	Mayo 3, 10, 17, 24, 31. Junio 7, 14, 21, 28. Julio 5, 12, 19, 26. Agosto 2, 9, 16, 23, 30. Septiembre 6, 13, 20, 27.	Mp3	

						Octubre 4, 11, 18, 25. Noviembre 1, 8, 15, 22, 29. Diciembre 6, 13, 20, 27.		
--	--	--	--	--	--	--	--	--

**Nota:** Horario de programación radial de BQR.

### **3.7. Estrategia de Posicionamiento**

La estrategia de posicionamiento de Betesda Central está fundamentada en la visión, misión y principios de Betesda alienados con los elementos que la diferencian de otras organizaciones evangélicas.

#### **3.7.1. Misión de Betesda Central**

“Hacer discípulos de Cristo a través de la predicación del evangelio, testimonio y establecimiento de las CODE (Células de discipulado, oración y evangelismo)”.

##### **3.7.1.1. Escalera del éxito**

Para poder motivar a la congregación de Betesda Central en tomar la decisión de hacer suya la misión, se establece la escalera del éxito para que cada miembro comprometido busque avanzar y se involucre de manera activa en la organización.

## Escalera del Éxito de Betesda



**Figura 16.** Representación gráfica de la escalera del éxito a seguir como miembro de Betesda. Elaborado por: por el área de diseño gráfico del departamento de Comunicaciones de Betesda Central.

### 3.7.2. Declinación de valores de la visión en Betesda Central

#### 3.7.2.1. Visión

Predicar el evangelio y ganar a Quito, Ecuador y al mundo para Cristo.

#### 3.7.2.2. Elementos que fundamentan la visión

- Basada en los propósitos de Dios:

Prever necesidades de la congregación anticipando posibles soluciones en el área de comunicación fundamentadas en una visión dada por Dios y plasmada por la organización.

- Que esté fundada y ejercitada en la fe:

Permite conocer los elementos básicos para poner en marcha la misión por medio de los fundamentos de la fe cristiana.

- Que muestre claramente un futuro:

Se direcciona la imagen a futuro del departamento de comunicaciones e implementa modelos de gestión útiles a la congregación que brinden seguridad comunicativa.

- Que muestre la condición actual:

Evidenciando a la congregación el proceso comunicativo de Betesda Central, motivando a mejorar la condición actual.

- Que rompa estructuras de forma:

Siendo comprometidos con el desarrollo comunicativo y solidario de los miembros voluntarios, elaboramos una estrategia que prevé posibles cambio y mejoras en la visión.

- Que fije modelos de trabajo:

Siendo cercanos y confiables promoviendo mejoras en el trabajo voluntario.

- Que sea auto comunicable:

Fortaleza y dedicación en poner en práctica mediante la motivación grupal e individual.

- Que determine la calidad de la iglesia:

Evidenciando la visión en cada actividad o evento que realiza Betesda Central comunicando pertinentemente por medio de la parrilla de programación.

### **3.7.3. Principios y valores**

#### **3.7.3.1. Santidad**

Promoviendo una actitud adecuada basada en valores cristianos mostrándose como ejemplo a seguir.

#### **3.7.3.2. Sujeción**

Respeto a la cadena de mando en Betesda Central siguiendo el ejemplo.

#### **3.7.3.3. Compasión**

“Amor en acción”, actuando frente a las necesidades de la congregación.

#### **3.7.3.4. Unidad**

Motivando a mostrar compañerismo y confianza dentro de la congregación manteniendo la unidad.

### **3.7.4. Estrategia de posicionamiento**

El objetivo en la construcción del plan de medios es:

“ Promover la adecuada administración de los medios disponibles en Betesda Central, a través de la implementación de lineamientos y soportes técnicos en la parrilla de programación, para mejorar la comunicación entre la administración y el departamento de comunicaciones”.

### 3.7.4.1. ¿Qué queremos que la congregación y público en general tenga en su mente cuando piensen en Betesda Central?

Betesda Central contribuye a la ayuda social a través de los grupos de apoyo siendo “Arma de compasión masiva”.

### 3.7.4.2. Foco

Adolescentes y adultos.

### 3.7.4.3. Claim

“La ICB Misional influyendo a nivel mundial”

### 3.7.5. Públicos de interés

**Tabla 29.** Público de interés

	Betesda Central	Betesda Comunicaciones	General
<b>Público interno</b>	Departamento de comunicaciones Staff de Betesda Central	Administración de comunicaciones Web master Grupos de Apoyo y Grupos Homogéneos Radio online Televisión online Multimedia web Diseño gráfico	
<b>Público externo</b>	Congregación	Voluntarios Usuarios online	Público en general Asistentes eventuales a Betesda Central Visitantes esporádicos del sitio web.

**Nota:** Definición del público de interés de Betesda Central.



### **3.7.6. Líneas de actuación**

Enfocados en el desarrollo y la adecuada gestión de la comunicación a transmitir al público interno y externo, a través de la buena gestión de la comunicación en la parrilla de programación.

#### **3.7.6.1. Divulgación del conocimiento basado en la educación del evangelio**

- Generar, transmitir y compartir el conocimiento de la fe en el evangelio cristiano.
- Programas online, Mensajes de motivación online.

### **3.7.7. Grupos relacionados**

Voluntarios de los grupos de apoyo y grupos homogéneos que desean colaborar de manera activa dentro del departamento de comunicaciones en actividades organizadas por Centinela Producciones, formando una red de voluntariado variada en los presentadores y locutores online.

## **3.8. Comunicación**

### **3.8.1. ¿Qué comunica Betesda Central?**

Se centra la comunicación en mejora de los canales de información al transmitir el mensaje del evangelio y las misiones por medio de la parrilla de programación buscando impactar a la congregación y a el público en general.

### 3.8.2. ¿Quién comunica?

**Tabla 30.** Canales de comunicación de Betesda Comunicaciones

Acciones	Betsda Comunicaciones	Betsda Central
Centinela Producciones (pre producción, producción y post producción).	X	
BTV (transmisión de los programas las 24 horas)	X	
BQR (transmisión las 24 horas de música y programas).	X	
Multimedia web (disponible programas para descargar y ver online).	X	
Diseño Gráfico (boletines, pulpos informativos, carteleras y banners).	X	
Editorial (revista ICB).	X	
Eventos (conferencias, talleres, encuentros entre grupos de apoyo y grupos homogéneos).		X

**Nota:** Determinar los canales de comunicación a través de Betesda Comunicaciones y Betesda Central.

### 3.8.3. ¿Cómo comunica: códigos?

- Se usa el Diseño gráfico para impactar con la imagen visual a los miembros de la congregación y público en general que frecuente Betesda Central ocasionalmente, a través de la impresión de boletines dominicales, pulpos informativos (publicidad de actividades) y la renovación de banners para cada actividad.
- En Centinela producciones se transmite los anuncios y eventos a realizar en base a videos de manera emotiva buscando un mayor impacto de atención, empleando logos pertinentes a cada grupo de apoyo.
- **Claim:** “La ICB Misional influyendo a nivel mundial” es utilizado en la comunicación organizacional de Betesda Central, sintetizando el mensaje de la misión y visión, usándolo conjuntamente con las áreas comunicativas.

### 3.8.4. ¿Cómo comunica: mensaje?

- Por medio del uso diario y activo las 24 horas de la parrilla de programación, administrando Betesda televisión online, Betesda Quito Radio y Multimedia web se transmite a toda hora el mensaje inmerso en la programación de radio y televisión.
- Testimonios de los miembros voluntarios y líderes de grupos de apoyo y grupos homogéneos a través de las reuniones donde cuentan testimonios y experiencias que tienen al cumplir con la misión y visión.
- A través de la Revista ICB dando un recuerdo de todas las actividades y vivencias de la congregación en Betesda buscando conmover al lector con los artículos y testimonios.

### **3.9. Comunicación online**

#### **3.9.1. Orientaciones básicas**

- En el espacio online se busca posicionar a Betesda Central como una entidad cristiana evangélica enfocada a las misiones en materia de acción social.
- Dará información organizacional local de todas las actividades que realizan cada semana.
- Brindará información de carácter evangélico de manera global en la web permanente las 24 horas, la cual será actualizada diariamente con información global oportuna de la organización en la dirección: [www.iglesiacriscristianabetesda.org](http://www.iglesiacriscristianabetesda.org).
- Toda mención de la actividad diaria del sitio web es publicado a través de la red social Facebook: Betesda Comunicaciones.

#### **3.9.2. Elementos comunes a todas las iglesias**

El sitio web incorpora elementos organizacionales básicos de otros espacios online de iglesias evangélicas buscando plasmar una tipografía uniforme, pantones actuales al año, imágenes que representen el CLAIM e iconografía pertinente a la información; además, se usa dichos elementos para estructurarlos conforme a la visión y misión de Betesda generando así una diferencia gráfica que permita el fácil reconocimiento de la página por los usuarios.

Pantone 2014



**Figura 17.** usado como tono predominante en el sitio web en el 2014. Elaborado por:  
Sitio web oficial de Find a Pantone Color

- **Cabecera**

En la cabecera se ubica el logo de Betesda Central siempre enlazado con [www.iglesiacristianabetesda.org](http://www.iglesiacristianabetesda.org) y va acompañado de el nombre identificativo por parte de la congregación y los usuarios online.

**Cabecera del sitio web**



**Figura 18.** Diseño de la cabecera del sitio web con logo. Elaborado por: web master de Betesda Central

- **Pie**

Se cierra el formato de la página con el pie donde se ubica el nombre del hosting y plantilla online.

#### **Pie del sitio web**



**Figura 19.** Cierre del pie de la página web. Elaborado por: web master de Betesda Central

### **3.9.3. Distribución de contenidos**

#### **Sistema de Capas del sitio web**

- **Sistema de capas**

Capa 1/Fondo

Capa 2/ Cuadro base

Capa 3/ Módulos de contenido



**Figura 20.** Distribución del sistema de capas de la página web. Elaborado por: web master de Betesda Central.

- **Capa 1/ Fondo**

Color neutro, sin imágenes identificables, texturas que no distraigan ni deriven la atención del contenido principal con la gama de pantone 18-3224 (orquídea radiante).

### **Formato de la capa 1**



**Figura 21.** Diseño y distribución de forma de la capa 1 del sitio web. Elaborado por: web master de Betesda Central.

- **Capa 2/ Cuadro Base**

Rectángulo con relleno gris en transparencia a 60%, en formato PNG.

### **Formato de la capa 2**



**Figura 22.** Diseño y distribución de forma de la capa 2 del sitio web. Elaborado por: web master de Betesda Central.

- **Capa 3/ Módulos de contenido**

### Módulos de contenido del sitio web

#### Destacado principal

Ocupa un tercio de la altura del cuerpo principal. Da información de los programas en formato anuncios y banners.

#### Menú de sección

Posicionado al centro del destacado principal y recorre la segunda capa.

#### Módulos de destacados secundarios

Se presentan de manera recurrente con tres informaciones de los programas acompañado del logo BTv.

#### Módulo de acceso y registro del sitio web

Donde solicita los datos para recibir notificaciones al correo del sitio web.

#### Módulo de Boletín dominical (Anuncios y agenda)

Con dos informaciones en video correspondiente a los anuncios de la última semana.



**Figura 23.** Distribución de los módulos del sitio web. Elaborado por: web master de Betesda Central.



- **Módulo Desplegado/ Menú de sección**

Dispone de seis pestañas desplegables dando opción de conocer sobre la misión, visión, principios de Betesda, de los grupos de apoyo y grupos homogéneos, los programas online disponibles las 24 horas para descarga, la radio online para PC/Mac y dispositivos Android y la televisión online con una programación de 24 horas.



### 3.9.4. Redes sociales

- **Un nodo fuerte**

Página web: [www.iglesiacristianabetesda.org](http://www.iglesiacristianabetesda.org)

- **Un nodo débil**

Facebook

#### 3.9.4.1. Facebook

##### Objetivos

- Formará parte de la mayor red social.
- Relacionará con el usuario.
- Comunicará con carácter organizacional

## Perfil

- La imagen de perfil contiene el logo de los servicios online de la pagina (BTV y BQR).
- La imagen varia de portada varia de acuerdo a actividades y eventos que se realicen cada semana.

## Pestañas

- En cada notificación o pestaña se da a conocer las actividades recientes de la página web (programas nuevos, sintonización de la radio, descargas disponibles).

### Perfil de Facebook Betesda Comunicaciones



**Figura 25.** Facebook Betesda Comunicaciones.

### **3.10. Evaluación**

La etapa de evaluación es aquella que forma parte del proceso del proyecto que garantiza la continuidad y confiabilidad, en este caso de la estrategia de comunicación y plan de medios para la congregación de Betesda Central, permitiendo conocer más a profundidad el trabajo realizado y a su vez generar instrumentos que permitan evidenciar los resultados.

Además, amplía la identificación de la información requerida y así permite una comprensión más profunda del empleo adecuado del proyecto propuesto, mejorando la eficacia de la gestión comunicativa en Betesda Central, dicha evaluación se presenta como la actividad programada de reflexión sobre las estrategias y acciones establecidas a través de un proceso de análisis pertinente de la información con la finalidad de obtener un resultado y que este sea el esperado.

El proceso de evaluación de resultados es aquel que “ busca conocer si se lograron los objetivos previstos y contribuir a la comprensión de los resultados obtenidos” (Uranga, 2008, p. 56).

Además, el proceso de evaluación va acompañado de un monitoreo continuo de las estrategias establecidas, en el cual se pueda medir las acciones de acuerdo al cumplimiento del tiempo y forma de cada una, esta etapa se realiza al culminar con la ejecución del proyecto en este caso con el Plan de Medios ya empleado dentro de la congregación de Betesda Central.

### **3.10.1. Instrumentos de Evaluación**

1. Monitoreo semanal de la información recolectada en cada reunión establecida por el departamento de comunicaciones a través de una recolección de informes de evaluación de actividades de cada área de trabajo.
2. Un monitoreo trimestral de las actividades que se llevan a cabo en cada taller de comunicación, mediante un observación panorámica y la elaboración de una encuesta la cual será entregada a los participantes al final de cada taller.
3. Evaluación de logros y procesos en el empleo del Plan de Medios por medio de una encuesta a realizarse entre los miembros encargados de cada área dentro del departamento de comunicaciones en el que se de verificación del cumplimiento del uso adecuado de las estrategias de comunicación permitiendo la involucración de colaboradores en las actividades comunicacionales dentro de la congregación.

Los instrumentos de evaluación permiten verificar si se dieron los resultados previstos a un plazo de 1 año desde la implementación del Plan de Medios en Betesda Central, siendo de carácter auto evaluativo ya que involucra directamente a los participantes dentro del departamento de comunicaciones siendo participativo en la toma de decisiones y la coordinación de acuerdo a los resultados que sean obtenidos.

## CONCLUSIONES

Por medio de un diagnóstico participativo organizacional se permite evidenciar cual es el problema comunicativo en Betesda Central, basado en el crecimiento acelerado de la congregación y los usuarios online a la que se busca dar información oportuna usando los medios disponibles y así poder transmitir el mensaje, su visión, misión y principios usando la parrilla de programación disponible, para llegar a una buena gestión de la comunicación en el departamento de comunicaciones.

Planteando la imagen a futuro a la cual se desea llegar, se emplean tres talleres participativos en los que todos los miembros encargados del departamento de comunicaciones dan a conocer sus actividades a realizar, sus aspiraciones de trabajo de acuerdo al cargo que ocupan y los inconvenientes comunicativos con el área administrativa, además, se plantea metas y objetivos a conseguir por medio de la estrategia de comunicación y el plan de medios.

Con relación al segundo capítulo se elaboran tres estrategias de comunicación: reuniones semanales con el departamento de comunicaciones, talleres trimestrales de capacitación en temas de comunicación y producción de tv y la implementación de políticas de comunicación para el departamento de comunicaciones y mediante acciones específicas ya planteadas son de beneficio no solo a los miembros del departamento sino también a todos los colaboradores en comunicaciones, miembros de los grupos de apoyo, grupos homogéneos y congregación en general que estén interesados en formar parte activa de Betesda Central.

Con el desarrollo de las estrategias de comunicación se permite la elaboración del plan de medios el cual es funcional y cambiante, una facilidad que da el plantear estrategias de comunicación, que permiten una adecuada administración de la parrilla de programación mediante el uso del plan y a su vez ayuda a mantener una buena gestión de los medios de manera clara y viable, llegando así a cumplir con los objetivos planteados en transmitir el mensaje de Betesda Central y a su vez cumplir con el plan operativo, los porcentajes determinados en la asistencia del sitio web, las descargas, publicaciones, vistas online y los ingresos de todos los países, consiguiendo aumentar los porcentajes planteados como metas.

Además, llegar a motivar a todos los participantes de los grupos de apoyo y grupos homogéneos en ser la ayuda idónea en las comunicaciones de manera voluntaria y así se puedan sentir parte importante y necesaria de Betesda Comunicaciones.

Siendo las estrategias de comunicación y el plan de medios adecuado y recomendado a usar en Betesda Central.

## LISTAS DE REFERENCIAS

---

- Castells, Manuel. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial. Pág 558-561. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/signo/v29n57/v29n57a39.pdf>
- Contreras, Eduardo, B. (1985). *Evaluación de proyectos de comunicación* (2ª Ed.). Quito – Ecuador: Ciespal.
- Contreras, Adalid, B. (2003). Estrategias de comunicación, desarrollo y radiodifusión. En A. Contreras (Ed.), *Desafíos de la radio en el nuevo milenio*. (pp59-80). Quito-Ecuador: Ciespal.
- Fediokova, Evguenia. (2002). Redes Religiosas Transnacionales: El Pentecostalismo Latinoamericano en La “Era de Información”. *Revista de Ciencias Religiosas*. Recuperado el 24 de marzo de 2014. Disponible en: [http://web.usach.cl/revistaidea/html/revista%203/html/pdf/fediakova\\_3.pdf](http://web.usach.cl/revistaidea/html/revista%203/html/pdf/fediakova_3.pdf)
- Gálvez, Natalia. (2009). *El plan de medios: principales respuestas a la eficiencia publicitaria*. Disponible en: [http://www.macei.es/pdf/n14/articulos/A9\\_El\\_plan\\_de\\_medios\\_principales\\_respuestas\\_a\\_la\\_eficacia\\_publicitaria.pdf](http://www.macei.es/pdf/n14/articulos/A9_El_plan_de_medios_principales_respuestas_a_la_eficacia_publicitaria.pdf)
- Gutiérrez, María. Ribes, Xavier. & Monclús, Beléns. (2011). La audiencia juvenil y el acceso a la radio musical de antena convencional a través del internet: *Revista Comunicación y Sociedad*, 305-327.
- Lobo, G. A. López, C. E (2008). *Manual de Planificación de Medios: Todo lo que hay que saber para planificar correctamente los medios* (5ª Ed.). Madrid: Esic Editorial. Recuperado el 6 de febrero de 2014. Disponible en: [http://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=\\_sEOz2HuIjoC&oi=fnd&pg=PA5&dq=manual+de+planificacion+de+medios&ots=i1So3P-](http://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=_sEOz2HuIjoC&oi=fnd&pg=PA5&dq=manual+de+planificacion+de+medios&ots=i1So3P-)

alJ&sig=34T2VdV3TM3A\_7sQgVeEwZIH6MU#v=onepage&q=manual%20de%20planificacion%20de%20medios&f=false

Martínez Terrero, José. (2006). *Teorías de Comunicación*. Guayana – Venezuela. Recuperado el 10 de Enero de 2014. Disponible en: [http://www.riial.org/espacios/teoriacom/teoriacom\\_docbase.pdf](http://www.riial.org/espacios/teoriacom/teoriacom_docbase.pdf)

Osorio, Jaime. Jhon. (2003). La planeación de medios: Del presupuesto económico al presupuesto informativo: *Revista Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 71-80.

Prieto, Castillo. Daniel. (1985). *Diagnóstico de comunicación: Mensajes, instituciones, comunidades*. Quito – Ecuador: Ciespal.

Realizando el Diagnóstico Participativo en la Comunidad. Disponible en: [http://www.kallpa.org.pe/comunidadsaludable/pdfs/modulo3\\_diagnostico\\_participativo1.pdf](http://www.kallpa.org.pe/comunidadsaludable/pdfs/modulo3_diagnostico_participativo1.pdf)

Scheinsohn, D. (2009). *Comunicación Estratégica*. Buenos Aires: Ediciones Granica. Pág. 91-109. <http://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=5RWTH9yGE2sC&oi=fnd&pg=PA4&dq=Scheinsohn+comunicacion+estrategica&ots=me3cMQUzbG&sig=TnTjLXJrFPyGKyejQ5mcoiv8J4Q#v=onepage&q=Scheinsohn%20comunicacion%20estrategica&f=false>

Unicef. (2006). Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo. Disponible en: [http://www.unicef.org/argentina/spanish/EDUPAScuadernillo-2\(1\).pdf](http://www.unicef.org/argentina/spanish/EDUPAScuadernillo-2(1).pdf)

Uranga, Whashington. (2005). La Comunicación en acción: Comunicar desde y en las prácticas sociales. Recuperado el 3 de Enero de 2014. Disponible en: [http://www.washingtonuranga.com.ar/images/pdfs/com\\_2005.pdf](http://www.washingtonuranga.com.ar/images/pdfs/com_2005.pdf)



Uranga, W. (2011). *Para pensar las estrategias en la planificación desde la comunicación*. Recuperado el 3 de enero de 2014. Disponible en: [http://www.washingtonuranga.com.ar/images/pdfs/com\\_2012.pdf](http://www.washingtonuranga.com.ar/images/pdfs/com_2012.pdf)

Uranga, W. (2008). *Prospectiva estratégica desde la comunicación*. Buenos Aires. Recuperado el 13 de febrero de 2014. Disponible en: [http://www.washingtonuranga.com.ar/images/pdfs/pro\\_2008.pdf](http://www.washingtonuranga.com.ar/images/pdfs/pro_2008.pdf)

Varis, Tapio. (2007). Finlandia: estrategia y destrezas comunicativas para la Sociedad del Conocimiento: Revista Tribunas de la Comunicación, 7-10.

## Índice de Anexos

### Anexo 1

Primer taller para dar a conocer la imagen a futuro

**TALLER**

Aspiraciones de comunicación para la congregación de Betesda Central

¿Qué recursos comunicacionales necesitarían?

¿Cómo desearía que fuera el espacio físico donde se desarrolle el departamento de comunicaciones?

¿Qué actividades comunicativas le gustaría que se realicen con los grupos de apoyo?

¿De qué manera le gustaría que participe la congregación con relación al sitio web?

¿Cómo le gustaría que se desarrolle la interacción del sitio web con relación a sus usuarios on-line?

Imagen a futuro de:

**Figura 26.** Taller participativo. Elaborado por:  
[http://www.kallpa.org.pe/comunidadesaludable/pdfs/modulo3\\_diagnostico\\_participativo1.pdf](http://www.kallpa.org.pe/comunidadesaludable/pdfs/modulo3_diagnostico_participativo1.pdf)

**El soporte de audio y video disponibles en:**

<https://www.youtube.com/watch?v=xmnOy6t7HhQ>

**Anexo 2**

Entrevista Licenciada Lissette de Cornejo Administradora del Departamento de Comunicaciones

**¿Cuál es la visión de Betesda Central con la implementación del Departamento de Comunicaciones?**

La visión de Betesda Central es poder llegar más lejos con el mensaje que nosotros damos, necesitamos el departamento de comunicaciones para muchas áreas, una de ellas es dar el mensaje a más gente y también poder tener una personalidad dentro de la iglesia que nos represente e identifique.

También necesitamos mantener a la gente de la congregación informada, animada, motivada en todos los eventos y sobre todo lo que la iglesia quiere, se aprovecha a través del departamento de comunicaciones promocionar todos los eventos y realmente la visión de la iglesia que es alcanzar a todo el mundo para Cristo y en pro de esto organizamos muchas actividades.

Actividades en las que queremos que la gente se involucre cien por ciento parte, es así que el departamento de comunicaciones no solo hace la labor de predicar el evangelio sino también cumple la función de ayudarnos a trabajar a todos en la misma visión y cuando nos proponemos algo entendemos todos los que estamos haciendo y esa creo que es la visión mas importante del departamento de comunicaciones.

**¿Cómo fue el surgimiento del departamento de comunicaciones?**

En un principio comenzamos grabando los audios de las prédicas, nos parecía muy importante tener ese registro, pero en el transcurrir del tiempo la gente empezó a

pedir que esa predicas lleguen a sus manos, entonces empezamos a vender lo que en ese tiempo eran los casetes de audios.

Después, un canal de televisión cristiano nos sugirieron tener un programa para predicar el evangelio a través de la televisión, nos gusto mucho la idea a pesar de que significaba una gran inversión. Comenzamos a hacer un gran esfuerzo los domingos, grabábamos las prédicas, los señores del programa venia todos los domingos y lo trasmitían todos los domingos, pero el canal decidió cerrar y tampoco queríamos seguir produciendo pues era un gasto muy grande el cual no podíamos contener, nos vendieron los equipos como una oferta y vimos el potencial que tenia tener esos equipos en la iglesia, se comenzó a grabar las predicas y ponerlas a la venta en DVD.

A la gente le parecía muy importante tener las prédicas escucharlas una y otra vez pero también les gustaba dar como regalo siendo un movimiento grande.

Luego vino la necesidad de comenzar a promocionar los eventos a través de la pantalla de multimedia que tenemos dentro de la iglesia, es ahí donde comenzó a producirse los producirse los programas semanalmente como es el Noti Betesda y el Boletín dominical.

Empezó a tener un surgimiento en el grupo ya no era solamente la persona encargada de ver y editar las prédicas, sino que ya se tenia un grupo de camarógrafos, fotógrafos, presentadores, reporteros, lo que nos servía para la publicidad impresa empezando a hacer más y más cosas dentro del departamento de comunicaciones, creciendo cada área dentro del departamento.

Es por eso que ahora ya tenemos las organización de la revista anual, radio on-line, televisión on-line, programas y series en multimedia web que se pueden ver en la pagina web o se puede obtener la venta de las prédicas y también programas semanales como el noti y el boletín, pero también otros programas como testimonios y enseñanzas y ahora ya están surgiendo muchos programas, entonces el potencial es infinito pues al adquirir esos equipos nos abrió la puerta para pensar en algo mas grande.

Es por eso que ahora nuestro anhelo es poder tener un departamento completo con instalaciones específicas pues en este momento estamos funcionando dentro del edificio de la organización.

**¿Cuáles son las funciones a su cargo?**

Como administradora del departamento de comunicaciones tengo muchas funciones, una de ellas es la planificación de todo el trabajo que se realiza, en primer lugar establecemos una planificación en el cronograma del año, donde se define como vamos a cambiar, la multimedia, las cortinas de los programas, las cortinas de los programas, las nuevas grabaciones de los programas que se esta produciendo, también se me ha encargado que semanalmente se revise el boletín dominical no solo el de la televisión sino el impreso, que se otorga todos los domingos y se reproduce los pulpos informativos, este debe de tener una unidad, entonces entre mis cargos esta el poder lograr esa unidad entre todas las áreas dentro del departamento, lo que es la multimedia, producción, publicidad impresa y boletín impreso, y también tengo la responsabilidad de organizar al grupo, de ver que cada departamento tenga su organización, es decir, que cada uno tenga una planificación específica, como se reúnen cada semana, que hacen cada semana, todos los que hacen algo aquí tienen que reunirse con migo, pero también, dentro de esto hay ciertos cargos pequeños que no los veo tan pequeños pero que se adjuntaron a esta necesidad, cuando promocionamos eventos, todo tiene que ser igual incluyendo la decoración de nuestras instalaciones, es como que todo tiene que tener una misma cara y además ayudar a nuestras anexas para que cada uno tenga la misma imagen, constantemente estamos luchando para lograr la misma identidad en cualquier parte donde estemos.

**¿Cuál es la imagen a futuro que se plantea con el departamento de comunicaciones?**

Nuestro sueño es poder tener unas instalaciones específicas para todo nuestro departamento para que podamos estar juntos, pues tenemos oficinas por separado por el momento y para juntarnos tenemos que hacer el trabajo de reunirnos, pero si estuviéramos en un mismo piso todos podríamos trabajar mas ágilmente nos ayudaría mucho tener las cosas listas, nos gustaría tener sets para elaborar entrevistas, para

filmar, para lograr que nuestros programas semanales estén mas fácilmente elaborados.

Pues en este momento nosotros establecemos cualquier espacio para lograr las filmaciones, hemos logrado un pequeño set pero en nuestra mente está algo mucho más grande en donde podamos hacer otro tipo de producciones, nos encantaría poder llegar al ámbito cristiano y no cristiano a través de las producciones y para eso necesitamos más recursos en cuanto a los equipos y complementar nuestro equipo de trabajo no solo las personas que están trabajando en este momento y que puedan encargarse específicamente de una área, ya que contamos con muchísimos voluntarios, pero realmente las personas que movilizan al departamento de comunicaciones son seis personas que trabajan diariamente dentro de nuestra organización.

### **Anexo 3**

Entrevista Licenciada Claudia Prado, Web master encargada del manejo del sitio web ([www.iglesiacrastianabetesda.org](http://www.iglesiacrastianabetesda.org)).

#### **¿Cuál es la función que desempeña dentro del Departamento de Comunicaciones de Betesda Central?**

Mi función dentro del departamento, es encargarme de todo lo relacionado con la página web, a la intercomunicación de las redes sociales con el portal de la web y procurar que siempre haya una actualización constante que nos lleve a un crecimiento y expansión del objetivo que es compartir un mensaje de valores que pueda cambiar y transformar la vida de las personas que nos ven no solo en nuestro país sino en varios países de todos los continentes que son los que nos observan.

#### **¿Cómo surgió la idea de crear la página web?**

Surgió como una necesidad creada de compartir una serie de elementos mediáticos con los cuales queremos impactar al público no solo que nos visita de en la iglesia sino también personas que alguna vez nos ha visitado, que ha viajado a otros países o gente de otros países que por alguna razón se han enterado que tenemos este sistema y nosotros enviábamos las prédicas por correo electrónico, pero, decidimos hacer algo más específico, mas objetivo y expansivo que abarque a todo el mundo como lo es una pagina web.

Entonces, en primer lugar empezamos con la pagina web con el objetivo de informar a la gente de la iglesia acerca de las actividades que se realiza, pero luego decidimos implementar mas cosas como son los mensajes, la radio y los demás iconos que tenemos en la web.

### **¿Cuál es el procedimiento técnico en el manejo del sitio web?**

Es un procedimiento un poco singular ya que tenemos anidado al sitio web la radio y la televisión. El primer paso como todo sistema de páginas web, necesitamos comprar un dominio y un hosting, el hosting es el servicio que nos ofrecen por tener nuestra información almacenada en un servidor, nosotros utilizamos un servidor español, después de esto nos dan el dominio que es el nombre de nuestra pagina web que es [www.iglesiacristianabestesda.org](http://www.iglesiacristianabestesda.org), después de tener el hosting que es donde almacenamos la información y el dominio que es la dirección que nos lleva a nuestro portal, tenemos que buscar una plantilla que tenga el diseño adecuado, que sea llamativa y que las personas de una manera intuitiva puedan interactuar en nuestro sistema.

Además, es necesario actualizar los códex, los plugins, porque como sabemos los software y los hardware en general van actualizando sus versiones y la pagina web debe hacerlo de la misma manera, actualizamos las versiones de los reproductores de las aplicaciones que tenemos en las mismas, tenemos que hacer un diagrama, nosotros utilizamos una plataforma llamada Joomla que es un gestor de páginas web que tiene una interface más sencilla que los demás, tiene ya sistemas integrales de organización, como menús, interactivos, formularios y tiene muchas extensiones que hace mas funcional a un portal web, tanto es así que tiene asociaciones con aplicaciones como google play, google maps, google calendar, que son herramientas básicas para una difusión masiva de información, además, es importante mantener actualizada la información y el tipo de información que nosotros proyectamos, porque la sociedad es una sociedad de cambios y así también cambian las necesidades y en nuestro sistema de valores y aprendizaje es importante estar a la vanguardia, en cuanto a tendencias, necesidades sociales, problemática social y lo que las personas solicitan a través de nuestro sistema de comunicación de la pagina web.

### **¿Cuál es la meta que se desea alcanzar con el sitio web hasta el 2014?**

La meta que deseamos alcanzar en el sitio web hasta el 2014, es impactar de una manera radical a todas las personas que nos miren, no solo sea un momento de



distracción o perder el tiempo como estamos acostumbrados con las redes sociales o el internet, sino que sea una manera de impactar, de influir de cambiar vidas, hemos recibido comentarios de varias personas que han estado pasando momentos críticos de su vida pero que gracias al contenido de nuestros programas y mensajes, han podido salir del punto crítico, entonces nuestra meta no es solo tener más usuarios o más suscritos, sino que cada uno de esos visitantes pueda ser impactado y pueda impactar en su medio, porque por medio de sondeos sabemos que cada persona que nos visita hay alrededor de cinco personas impactadas, es decir, yo vi me impacto un mensaje acerca de las parejas, yo le transmito este mensaje a parejas amigas o a mis padres o conocidos, queremos que nuestro portal impacte de una manera diferente, que los valores, los principios, el estilo de vida correcto que es el que nosotros profesamos se expanda de esta manera y que la comunicación seas más clara, más limpia mas fluida.

#### **Anexo 4**

Entrevista a la Licenciada Pamela Campaña encargada de la administraciones de Betesda Quito Radio.

#### **¿Cómo nace Betesda Quito Radio BQR?**

Inicialmente Betesda Quito Radio se creo con el nacimiento de la pagina web, donde se estableció el servicio de radio y de Betesda TV siendo el enfoque predicar el evangelio utilizando el recurso del internet para alcanzar a todas las personas en el mundo.

Ahora seguimos manteniendo el mismo enfoque pero aumentar el rango de impactar a muchos más países y muchas más personas con el mensaje del evangelio de una manera hermosa a través de música, prédicas y reflexiones.

Al momento BQR esta contando con la participación de varios voluntarios, los cuales nos reunimos una vez cada semana, en estas reuniones semanales lo deseamos hacer es buscar nuevas ideas para la creación de nuevos programas y también establecer un cronograma de actividades para que todo lo que esta establecido en la planificación se pueda cumplir inclusive buscamos capacitaciones para aprender a editar las cortinas y spots.

El programa para la edición de los spots y cortinas de radio que se utiliza por el momento se llama Audacity y Sandbox, que ayuda mucho con la programación y adicional se cuenta con carpetas y archivadores que se utilizan en la radio como las emisiones de lecturas de la biblia, la pluma de la hermana Alicia, Cuando dos son uno, esta programación también se escribe en un borrador después se almacena en una carpeta y esta pueda ser subida a la pagina web.

## **Anexo 5**

Entrevista a la Ingeniera Gabriela Hidalgo encargada de la Editorial y Diseño Gráfico.

### **¿Cuál es el trabajo que se realiza en el Diseño Gráfico para Betesda Central?**

De acuerdo a la Visión y Misión de Betesda Central se puede transmitir todos los mensajes por medio del diseño gráfico.

Para la realización de todos los diseños en Betesda Central, primero se tiene que establecer por calendario con la Administración de Comunicaciones con la Pastora Lissette conjuntamente se va analizando cual seria el diseño a realizar según el ministerio al que va dirigido.

También hay diseños que se suele hacer para Betesda en general y las anexas como boletines y pancartas los cuales deben de irse aprobando con la Pastora Alicia y el Pastor Edison quienes tienen ideas centrales en las cuales yo me baso.

En cuanto al boletín y la pancarta de este año se trabajo conjuntamente con la Pastora Alicia la cual dio la aprobación de la pancarta que se usa en este año 2014.

Los boletines dominicales lo trabajamos con la administración de comunicaciones y de acuerdo a eso se hacen los pulpos informativos y muchos e esos diseños ayudan de manera grafica a producción audiovisual y así trabajar conjuntamente la grafica y cromática dando un solo mensaje en general.

En cuanto al proyecto de la revista fue un gran reto el poder capturar una cantidad de imágenes, información de artículos, correcciones pero sin embargo creo que abarca todo lo que somos Betesda.

## Anexo 6

### Segundo taller realización del FODA

Potencialidades

Recursos

Fortalezas

Debilidades

Oportunidades

Amenazas

**Figura 27.** Taller participativo para el FODA. Elaborado por:

[http://www.kallpa.org.pe/comunidadsaludable/pdfs/modulo3\\_diagnostico\\_participativo1.pdf](http://www.kallpa.org.pe/comunidadsaludable/pdfs/modulo3_diagnostico_participativo1.pdf)